



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
MAGÍSTER EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

**“ESTRATEGIAS DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA REACTIVACIÓN
ECONÓMICA Y SOCIOCULTURAL DE LA PARROQUIA SALINAS -
IBARRA”**

AUTORA:

Gonzaga Martínez Lesly Monserrath

TUTOR:

MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

IBARRA – ECUADOR

2023

DEDICATORIA

Cada logro y meta alcanzada la dedico en primero lugar a Dios quien es el rector de todas las oportunidades que se han presentado en mi vida.

A mi madre Ximena Gonzaga, quien con su ejemplo de superación constante me ha motivado a ser mejor cada día. Gracias por su amor incondicional y por sus palabras de aliento para seguir adelante cuando me he sentido estancada.

A mis hermanos Estefanía Gonzaga y Erick Vásquez y a mi tía Diana Gonzaga, quienes han sabido motivarme para lograr mis metas y me han apoyado a lo largo de la ejecución del presente trabajo, no solo con palabras de aliento sino también en el desarrollo de la investigación.

A mis abuelitos Fausto Gonzaga y Martha Martínez mis segundos padres, que han sabido cuidarme y acompañarme durante cada uno de los momentos felices y tristes de mi vida.

A todas las personas que se encuentran en un proceso constante de superación, motivándoles a seguir adelante y recordarles que la educación es una parte fundamental para lograr nuestros objetivos de vida.

AGRADECIMIENTO

Quisiera iniciar agradeciendo a la Universidad Técnica del Norte que me ha permitido llevar mi formación académica en pre y post grado. A sus docentes y autoridades, en especial a los que forman parte del programa de maestría en Gestión de Empresas Turísticas, por su excelente coordinación y acompañamiento durante el periodo académico.

A la MSc. Yoarnelys Vasallo, tutora del presente trabajo de investigación, por su constante ayuda, paciencia, apoyo incondicional, amistad y por ser un ejemplo a seguir con sus enseñanzas de superación. Al MSc. Rodrigo Salas, asesor de tesis por ser una guía y acompañamiento en la ejecución en el presente trabajo.

A las autoridades de la parroquia de Salinas por prestar todas las facilidades para el desarrollo de la presente investigación, así como a su población que con sus ganas de superación constante fueron uno de los pilares de este trabajo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003557608		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gonzaga Martínez Lesly Monserrath		
DIRECCIÓN:	Parroquia Salinas – Barrio San Luis		
EMAIL:	lmgonzagam@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062665074	TELÉFONO MÓVIL:	0990372592

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	“ESTRATEGIAS DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SOCIOCULTURAL DE LA PARROQUIA SALINAS - IBARRA”
AUTOR (ES):	Gonzaga Martínez Lesly Monserrath
FECHA:	15 de mayo del 2023
SOLO PARA TRABAJOS DE TITULACIÓN	
PROGRAMA DE POSGRADO:	Maestría en Gestión de Empresas Turísticas
TITULO POR EL QUE OPTA	Magister en Gestión de Empresas Turísticas
TUTOR:	MSc. Yoarnelys Vasallo

2. Constancias

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de mayo del 2023

EL AUTOR:



Ing. Gonzaga Martínez Lesly Monserrath

C.C.: 1003557608

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

RESOLUCIÓN 173-SE-33-CACES 2020

26 de octubre del 2020

FACULTAD DE POSGRADO

Ibarra, 27 de marzo del 2023

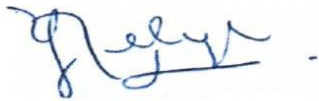

Dra. Lucía C. Yépez V. MSc
DECANA
FACULTAD DE POSGRADO

ASUNTO: Conformidad con el documento final

Señor(a) Decano(a):

Nos permitimos informar a usted que revisado el Trabajo final de Grado "Estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia Salinas - Ibarra" de la maestrante Gonzaga Martínez Lesly Monserrath, de la Maestría en Gestión de Empresas Turísticas, certificamos que han sido acogidas y satisfechas todas las observaciones realizadas.

Atentamente,

	Apellidos y Nombres	Firma
Tutora	MSc. Vasallo Villalonga Yoarnelys	
Asesor	MSc. Salas Vaca Rodrigo Esteban	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	1
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1. ANTECEDENTES.....	4
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.5.1. Objetivo general	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.7. JUSTIFICACIÓN.....	8
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	10
2.1. MARCO TEÓRICO	10
2.1.1. Turismo	10
2.1.1.1. Turismo rural.....	11
2.1.1.1.1. Demanda actual del turismo rural	13
2.1.1.2. Turismo sustentable.....	15
2.1.1.2.1. Principales características para el desarrollo de turismo sustentable.....	16
2.1.1.3. Crisis del desarrollo turístico frente a la pandemia del COVID-19.....	17
2.1.2. Economía turística en el Ecuador	19
2.1.2.1. Estrategias para la reactivación económica del turismo	22
2.1.3. Pueblo afroecuatoriano	23
2.1.3.1. Riqueza cultural afroecuatoriana	25
2.1.3.2. Estrategias para la reactivación sociocultural del turismo.....	26
2.2. MARCO LEGAL	28
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	33

3.1.	Descripción del área de estudio	33
3.2.	Enfoque de la investigación.....	36
3.3.	Tipos de investigación	36
3.4.	Técnicas de investigación	39
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN		50
4.1	RESULTADOS	50
4.1.1	Diagnóstico de la situación actual de la actividad turística en la parroquia Santa Catalina de Salinas.	50
4.1.1.1	Ficha de observación de atractivos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas.....	50
4.1.1.1.1	Bombódromo Etnocultural “Palenque”.....	51
4.1.1.1.2	Museo de Sal “Barro Caliente”	53
4.1.1.1.3	Sala Etnográfica “Nuestros Ancestros”	54
4.1.1.1.4	Tolas de Sal	55
4.1.1.1.5	Estación del ferrocarril	55
4.1.1.1.6	Plaza artesanal	56
4.1.1.1.7	Iglesia de la cabecera parroquial	57
4.1.1.1.8	Parques de la parroquia.....	58
4.1.1.2	Encuesta a emprendimientos de la parroquia de Salinas	62
4.1.2	Caracterización de los atractivos y emprendimientos con potencialidades para el desarrollo del turismo sustentable en la parroquia de Salinas.....	68
4.1.2.1	Encuesta a turistas potenciales de la parroquia de Salinas	68
4.1.2.2	Entrevista a tour operadoras	80
4.1.3	Diseño de estrategias de turismo sustentable que promuevan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas.	85
4.2	DISCUSIÓN	87
CAPÍTULO V PROPUESTA		89
5.1.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	89
5.2.	DISEÑO TÉCNICO DE LA PROPUESTA	90

5.2.1.Misión	90
5.2.2.Visión	91
5.2.3.Ejes estratégicos	91
5.2.4.Objetivos estratégicos por cada eje.....	92
5.2.4.1.EJE ESTRATÉGICO 1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DEL DESTINO	92
5.2.4.2.EJE ESTRATÉGICO 2. DISEÑO INTEGRAL DEL DESTINO	99
5.2.4.3.EJE ESTRATÉGICO 3. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN.....	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
6.1. CONCLUSIONES	129
6.2. RECOMENDACIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	131
ANEXOS	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Provincias del Ecuador con mayor presencia de población afroecuatoriana	24
Tabla 2 Manifestaciones culturales del pueblo afroecuatoriano	25
Tabla 3 Emprendimientos de turismo de Salinas considerados en el estudio	43
Tabla 4 Número de Ingresos al Museo de Sal “Barro Caliente” de Salinas Perdido 2012 – 2019	45
Tabla 5 Profesionales de turismo considerados en el estudio	47
Tabla 6 Fases de la investigación	49
Tabla 7 Parques de la parroquia de Salinas	59
Tabla 8 Resumen de atractivos turísticos de Salinas	61
Tabla 9 Emprendimientos de la parroquia Salinas.....	63
Tabla 10 Motivación de viaje	70
Tabla 11 Calificación del destino turístico	76
Tabla 12 Calificación a principales atractivos culturales y naturales de Salinas.....	79
Tabla 13 Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 1	81
Tabla 14 Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 2	82
Tabla 15 Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 2	83
Tabla 16 Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 4	84
Tabla 17 Proyecto 1.1.....	95
Tabla 18 Funciones integrantes de la actividad turística.....	98
Tabla 19 Modelo Canvas - Destino Turístico Salinas.....	100
Tabla 20 Emprendimientos turísticos de la parroquia Salinas	101
Tabla 21 Ficha de evolución de emprendimientos turísticos	103
Tabla 22 Calificación de emprendimientos turísticos	104
Tabla 23 Necesidades de los atractivos turísticos	105

Tabla 24	Presupuesto de mejoramiento y mantenimiento del museo de sal	108
Tabla 25	Presupuesto del diseño museográfico de la sala de exposiciones.....	111
Tabla 26	Presupuesto de talleres interactivos	112
Tabla 27	Proyecto 2.1.....	113
Tabla 28	Distribución de señalética turística	115
Tabla 29	Descripción de la ruta.....	121
Tabla 30	Paquete turístico 1	122
Tabla 31	Paquete turístico 2	123
Tabla 32	Tácticas y metas para las alianzas estratégicas con operadoras turísticas	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Motivación de viaje turismo interno - Ecuador	14
Figura 2	Producto interno bruto de Ecuador en mil millones de dólares, periodo 2016 - 2020	19
Figura 3	Participación del PIB turístico en el PIB total, periodo 2016 - 2020	20
Figura 4	Empleo generado por el sector turístico en miles de personas, periodo 2016 - 2020	21
Figura 5	Mapa de la parroquia de Salinas	33
Figura 6	Bombódromo Etnocultural Palenque	52
Figura 7	Pregón Carnaval Palenque 2019	53
Figura 8	Museo de Sal Barro Caliente.....	53
Figura 9	Sala etnográfica "Nuestros Ancestros"	54
Figura 10	Tolas de Sal.....	55
Figura 11	Estación del Ferrocarril Salinas.....	56
Figura 12	Plaza artesanal Salinas	56
Figura 13	Iglesia principal de Salinas.....	57
Figura 14	Virgen de Las Lajas Salinas	58
Figura 15	Genero de turistas potenciales.....	69
Figura 16	Rango etario de turistas potenciales	69
Figura 17	Forma de viajar	71
Figura 18	Forma de viajar turistas.....	72
Figura 19	Gasto promedio por persona	73
Figura 20	Fuente de información sobre Salinas.....	73
Figura 21	Frecuencia de visita a la parroquia Salinas.....	74
Figura 22	Validación de la marca turística	75
Figura 23	Visita al museo de sal	77
Figura 24	Modificaciones o adecuaciones en el Museo de Sal.....	78
Figura 25	Estrategias de reactivación.....	85

Figura 26 Ejes estratégicos.....	91
Figura 27 Objetivos estratégicos eje 1.....	92
Figura 28 Organigrama estructural Organización comunitaria Bombódromo Palenque.....	94
Figura 29 Integrantes de la actividad turística de Salinas	97
Figura 30 Objetivos estratégicos eje 2.....	99
Figura 31 Estado actual del museo de sal.....	107
Figura 32 Estado actual de la sala de exposiciones - Museo de sal	109
Figura 33 Diseño museográfico de la sala de exposiciones - Museo de Sal	109
Figura 34 Ejemplo de vitrina con artesanía del proceso de elaboración de sal	110
Figura 35 Pieza principal de la exhibición	110
Figura 36 Guianza actual del museo de sal	111
Figura 37 Etapas de la elaboración de la Sal	112
Figura 38 Ejemplo de tótem de sitio.....	116
Figura 39 Ejemplo tótem de atractivo	118
Figura 40 Mapa de ubicación de los principales atractivos turísticos de Salinas	120
Figura 41 Objetivos eje estratégico 3	124
Figura 42 Logotipo – Salinas 2011 - 2019	124

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**“ESTRATEGIAS DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA REACTIVACIÓN
ECONÓMICA Y SOCIOCULTURAL DE LA PARROQUIA SALINAS - IBARRA”**

Autor: Gonzaga Martínez Lesly Monserrath

Tutor: MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

Año: 2023

RESUMEN

Santa Catalina de Salinas realiza actividades relacionadas con el turismo desde el 2008, sin embargo, durante los últimos años ha presentado un declive significativo. El principal atractivo del destino y por ende el que mayor afluencia tenía era el recorrido en tren, por lo que su cierre provocó una disminución casi total de turistas en la localidad. La presente investigación plantea como objetivo diseñar estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia. Para ello se plantea un estudio descriptivo, documental, de campo y cualitativo, con técnicas tales como la observación científica, entrevistas y encuestas mediante cuestionarios y fichas. Una vez realizado el análisis se puede concluir que la situación actual de la actividad en el destino se ha visto afectada, provocando el cierre de alrededor de 16 emprendimientos y el deterioro de la mayor parte de los atractivos, lo que ha generado un impacto económico y cultural a nivel local. Al analizar las características de los emprendimientos y atractivos se establece que tienen rasgos importantes para el desarrollo de

un nuevo modelo que reactive la actividad turística, por lo que se formulan estrategias que se encuentran consolidadas mediante un plan que cuenta con los pasos más importantes a seguir. Elaborado con tres ejes, que involucran la administración mediante la designación de una organización de gestión, además el diseño integral del destino tomando en cuenta todas las potencialidades y estableciendo las mejoras necesarias en los atractivos para la construcción de un nuevo producto. De igual forma se plantean tácticas necesarias de comercialización y promoción.

Palabras clave: Turismo, reactivación, estrategias, afroecuatoriano.

ABSTRACT

Santa Catalina de Salinas has been involved in tourism-related activities since 2008; however, in recent years it has experienced a significant decline. The main attraction of the destination, and therefore the one that had the highest influx of tourists, was the train tour, which, upon its closure, caused an almost total decrease in the number of tourists visiting the area. The objective of this research is to design sustainable tourism strategies for the economic and sociocultural reactivation of the parish. For this purpose, a descriptive, documentary, field, and qualitative study is proposed, using techniques such as scientific observation, interviews, surveys through questionnaires and forms. Once the analysis is completed, it can be concluded that the current situation of the activity in the destination has been affected, causing the closure of about 16 businesses and the deterioration of most of the attractions, which has generated an economic and cultural impact at the local level. By analyzing the characteristics of the businesses and attractions, it is established that they have important features for the development of a new model that reactivates tourism activity. Therefore, strategies are formulated that are consolidated through a plan that includes the most important steps to follow. The plan is composed of three axes, which involve administration through the appointment of a management organization, as well as the integral design of the destination taking into account all potentialities and establishing the necessary improvements in the attractions for the construction of a new product. Likewise, necessary marketing and promotion tactics are proposed.

Keywords: Tourism, reactivation, strategies, Afro-Ecuadorian.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La actividad turística es considerada a nivel mundial como una fuente importante de ingresos económicos, en el Ecuador un país megadiverso y con grandes atractivos tanto culturales como naturales el turismo representó el 2,2% del producto interno bruto en el año 2019, mismo porcentaje que disminuyó al 1,2% debido a la pandemia del COVID-19. En el año 2020 se convirtió en la sexta fuente de ingresos no petroleros con un total de 705 millones de dólares, lo que provocó una reducción de empleos del 31,81% frente al año anterior (Ministerio de Turismo [MINTUR], 2020).

Salinas es una parroquia rural del cantón Ibarra que presenta grandes potencialidades para el desarrollo turístico, en años anteriores ha presentado un considerable incremento en su oferta y demanda. En relación al a esta actividad a nivel local existen diversas investigaciones, dentro de las cuales se puede mencionar la realizada por Maldonado (2015) que busca la articulación y aplicación de estándares de calidad en los emprendimientos y menciona que “Salinas es una parroquia turística, desde el 2008 y cuenta con un importante flujo, especialmente por el viaje en tren del tramo Otavalo - Salinas y en menor cantidad por el Complejo Turístico Bombódromo Palenque” (p. 68).

Por su parte el estudio realizado por Bonilla (2015) tuvo como objetivo diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico de Salinas, permitiendo determinar que la parroquia cuenta con dos establecimientos de alojamiento, cuatro que ofertan alimentos y bebidas, dos de esparcimiento y cuatro de servicios complementarios. Además, se realizó un análisis a los

turistas que visitaban el destino encontrando que el 63% son de origen nacional mientras que el 37% son extranjeros, además se identifica que el 87% de los encuestados no consideran satisfactoria la experiencia de visita debido a la carencia de actividades complementarias.

Yépez (2019) menciona como objetivo de su investigación analizar la oferta y demanda del sector de alojamiento en Salinas, determinando como resultado la existencia de dos establecimientos mismos que no cuentan con la infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades de los huéspedes. Se establece que la mayor parte de turistas encuestados mencionan la necesidad de crear un mayor número de actividades, recalando que las que se desarrollan actualmente no son suficientes para una estancia agradable. También se menciona la necesidad de incrementar la difusión del sitio debido a que varias personas dicen no conocerlo.

Las investigaciones que se han realizado en la localidad son la muestra de cómo ha evolucionado Salinas como destino. Sin embargo, es importante realizar un análisis que permita conocer la situación actual, debido a los cambios generados en los últimos años que establecen una nueva realidad para el turismo a nivel mundial especialmente después del año 2020. Por este motivo se diseña la presente investigación.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo a nivel global sufrió un declive de actividades a raíz de la pandemia del COVID-19 lo que provocó que varios destinos perdieran la afluencia necesaria para seguirse sosteniendo. Salinas, una parroquia turística que se encontraba en desarrollo sufrió un fuerte impacto, conllevando el cierre parcial o total de varios emprendimientos y el deterioro de diversos

atractivos debido a que con el confinamiento era prácticamente imposible hablar de algún tipo de turismo a nivel local.

Por otro lado, durante la crisis de la pandemia en la que se vio inmersa Ecuador, se realizaron reformas para intentar mejorar la situación de la economía nacional. Una de ellas fue el cierre de la empresa de ferrocarriles. Mediante un decreto ejecutivo se planteó “Disponer la extinción de la empresa Ferrocarriles del Ecuador, Empresa Pública – FEEP” (Decreto N° 1057, 2020, Artículo 1), provocando que el icónico Tren de la Libertad dejara de realizar su recorrido hacia la parroquia. Consecuentemente para Salinas significó la reducción de visitas en más del 90%.

Los emprendimientos turísticos conformados de forma individual o grupal que trabajaban en diferentes áreas como guianza, gastronomía, artesanías, hospedaje y demás, en la actualidad han cerrado sus puertas y se han dedicado a otras actividades alejadas del turismo. Por lo que se ha provocado declive total de esta industria en la parroquia y ha generado una reducción significativa en la economía local y una pérdida de la apropiación cultural.

El gobierno local también ha contribuido al desaceleramiento del turismo, puesto que no ha sabido buscar alternativas y diseñar estrategias para lograr alianzas con empresas que permitan una afluencia de visitantes a la parroquia. Es lamentable mirar como Salinas que estaba posicionándose como uno de los principales destinos de Imbabura, en la actualidad ha perdido su enfoque y ha dejado a un lado esta actividad.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo reactivar económica y socioculturalmente la actividad turística en la parroquia Salinas?

1.4. OBJETO DE ESTUDIO

Reactivación del turismo en territorios con vocación turística.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Diseñar estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia Salinas - Ibarra.

1.5.2. Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de la actividad turística en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

Caracterizar los atractivos y emprendimientos con potencialidades para el desarrollo del turismo sustentable en la parroquia de Salinas.

Establecer estrategias de turismo sustentable que promuevan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas.

1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la situación actual de la actividad turística en la parroquia Santa Catalina de Salinas?

¿Qué características presentan los atractivos y emprendimientos con potencialidades para el desarrollo del turismo sustentable en la parroquia de Salinas?

¿Cuáles son las estrategias de turismo sustentable que pueden promover la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas?

1.7. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en buscar soluciones que ayuden a reactivar el turismo en la parroquia de Salinas, que desde el año 2008 ha sido una alternativa que permitía mejorar los ingresos económicos de las familias locales. La actividad dentro de la localidad era en su mayoría encaminada por el Tren de la Libertad, administrado por la empresa Ferrocarriles del Ecuador. Con su paralización y liquidación a consecuencia de la crisis económica que atravesaba el país en el año 2020, provocó que el flujo de turismo se redujera en más de un 90%.

Salinas es una parroquia con un enorme potencial que incluye, su patrimonio cultural con una población mayoritariamente afroecuatoriana quienes rescatan día a día su cultura y tradiciones, hermosos sitios naturales y uno de sus mayores proyectos el Bombódormo Palenque, un complejo turístico con una visión de recreación y de rescate identitario. La presente investigación permitirá diagnosticar la situación actual de los atractivos y emprendimientos

turísticos, además de determinar el impacto que ha tenido la inactividad turística a partir del año 2020 en este destino.

La investigación de campo y recolección de información permitirá conocer las fortalezas y debilidades que tiene la parroquia, determinando los emprendimientos y atractivos turísticos con cualidades potenciales para el desarrollo de estrategias de turismo sustentable, mismas que con el trabajo conjunto del GAD parroquial y la comunidad lograrán dinamizar la actividad turística, fomentando nuevamente el emprendimiento y logrando así una reactivación económica y sociocultural en la parroquia.

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

1.1. MARCO TEÓRICO

Con el objetivo de obtener la información documental necesaria para el diseño de estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia Salinas, se realizó una revisión de diversas fuentes bibliográficas en su mayoría pertenecientes a Google académico. Esta investigación fue ejecutada con referencias en su mayoría entre los años 2017 – 2022 permitiendo así contar una perspectiva actualizada del turismo en el país y el mundo. Sin embargo, se abordan conceptos básicos que son necesarios para una adecuada comprensión de la investigación siendo estos anteriores a las fechas mencionadas, pero relevantes por su importancia académica.

1.1.1. Turismo

El turismo es una de las actividades que más globalizadas se encuentra, es por ello que se establecen un sin número de definiciones. Es de gran importancia resaltar la que realiza la Organización Mundial de Turismo (OMT) que expresa:

El turismo son actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (OMT, 1991, párr. 4)

Esta definición es una de las más completas con respecto al turismo, sin embargo, en el año 2008 añade que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el

movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio” (RIET 2008, párr. 1.1).

En este sentido se puede decir que el turismo son todas las actividades realizadas por las personas mientras se encuentran fuera de su residencia habitual ya sea por fines de ocio, negocios y demás motivaciones, que tiene un impacto social, cultural y económico en el destino receptor.

Por su parte en el ámbito ecuatoriano el órgano rector de esta actividad es el Ministerio de Turismo (MINTUR), quien mediante la ley de turismo redactada el año 2002 expresa que “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ley de turismo, 2014, Art. 2)

Comparando la definición oficial del Ecuador con la aceptada a nivel internacional por la OMT se puede establecer que son muy similares dando a entender que turismo son todas las actividades que se relacionan con los viajes que realizan las personas. Sin embargo, en la definición establecida por el MINTUR no se dispone un lapso máximo de tiempo en el que las personas realicen estas actividades.

1.1.1.1. Turismo rural

El turismo rural es una de las modalidades que se encuentran en auge actualmente siendo una actividad directamente relacionada con el campo y la lejanía de la ajetreada vida de las ciudades.

Este tipo de turismo es definido por la OMT (2019) como:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (p. 35)

La ruralidad ofrece un sin número de actividades para que los visitantes puedan desarrollarlas como se menciona en la definición anterior estas se encuentran englobadas por la vida del campo y el contacto con la naturaleza. Por su parte Maldonado (2015) plantea que el turismo rural en el Ecuador es:

El segmento que brinda al turista la oportunidad de convivir con la parroquia y sus comunidades para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos. (p. 20)

El turismo rural permite un acercamiento de los turistas hacia el campo, ofreciendo a las personas de las grandes ciudades un contacto con la realidad de la ruralidad. Involucra a los visitantes con las comunidades, sus costumbres y tradiciones lo que permite promover un estado de igualdad y respeto.

Para el desarrollo del turismo rural se deben cumplir varias características entre las que se encuentran: Tener una baja densidad poblacionaria, contar con paisajes y ordenamiento territorial en el cual exista una prevalencia de los aspectos de agricultura y contar con estructuras sociales y formas de vida tradicionales (OMT, 2019).

1.1.1.1.1. Demanda actual del turismo rural

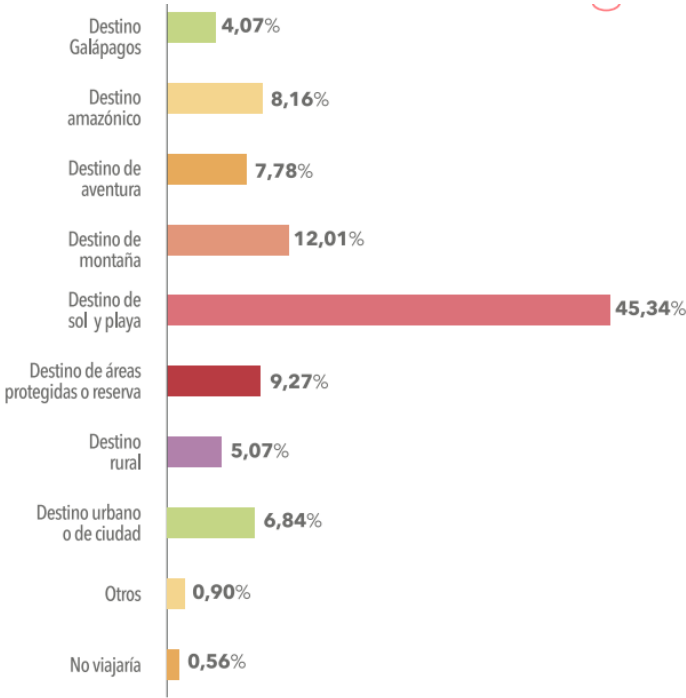
El turismo rural al estar caracterizado por su lejanía a las grandes ciudades y por contar con espacios abiertos, lo que evita aglomeraciones, es una de las alternativas que mayor crecimiento ha presentado en los últimos años con pandemia del COVID-19 debido al distanciamiento social que se establecen en las normas sanitarias. Es así que la OMT (2022) menciona que “las actividades al aire libre, los productos basados en la naturaleza y el turismo rural son algunas de las principales tendencias de viaje que seguirán configurando el turismo en 2022” (párr. 13).

En España, uno de los países con mayor tasa de crecimiento de turismo rural, existe un aumento durante todo el año después de la pandemia, no solo recuperó las cifras que presentaba antes, sino que las superó. En octubre del 2021, los alojamientos rurales registraron 439.994 viajeros, mientras que, en el mismo mes de 2019, presento 374.023, demostrando que esta modalidad es la única que ha logrado alcanzar una demanda superior a la prepandémica (Turismo Rural Internet S.L, 2022). Sin embargo, es importante destacar que en el año 2019 España recibió aproximadamente 83 millones y medio de turistas mientras que en el 2021 se presentaron un promedio de 31 millones, existiendo una reducción del 62,66% lo que demuestra que si bien el turismo rural aumento las cifras totales de la actividad continúan siendo preocupantes.

La ruralidad representa un rol muy importante en el desarrollo turístico en América Latina, hoy en día ofrece una alternativa para las personas de las grandes ciudades ante la nueva normalidad. Korstanje (2020) menciona que el turismo rural es una “salida o escape para miles de turistas ciudadanos y una oportunidad para revitalizar las economías domésticas. En momentos de incertidumbre, como la pandemia, el turismo rural se presenta como un destino obligado para miles de personas” (p. 190).

Si bien los destinos rurales han tenido un aumento significativo a nivel global, en el Ecuador no forman parte de los principales elementos de la intención de viaje. Es así que según el estudio del comportamiento turístico en el país dada la nueva normalidad generada por la afección del virus COVID-19, realizado por el MINTUR y varias universidades a nivel nacional en agosto del 2020, ante la pregunta ¿Qué características de destino turístico elegiría como primera opción?, presenta los siguientes resultados:

Figura 1
Motivación de viaje turismo interno - Ecuador



Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (agosto 2020) Ecuador

El turismo rural representa únicamente un 5,07% de la motivación de viaje para los viajeros, sin embargo, es importante resaltar que se encuentra otras modalidades como actividades de montaña con un 12,01% y de aventura con 7,78% que son desarrolladas en la ruralidad, por lo

que la cifra real de turistas que optan por destinos relacionados con el campo, naturaleza y ruralidad en el turismo interno del Ecuador sería aproximadamente de 24,86% mismos que aún se encuentra alejado ante el principal motivador que es el turismo de sol y playa con un 45,34% de intención de viaje.

1.1.1.2. Turismo sustentable

El término sustentable o sostenible ha tomado relevancia en los últimos años. Una de las primeras definiciones y la más reconocida a nivel internacional de este tipo de desarrollo es la que planteó la Comisión Mundial de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987) donde se manifiesta que “hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras” (p. 23). Se puede establecer que la sustentabilidad es el equilibrio entre la satisfacción de las necesidades presentes con los recursos sociales, económicos y ambientales necesarios priorizando no sobreexplotarlos para no comprometer a las futuras generaciones.

En el ámbito turístico la sustentabilidad es una de los factores que mayor relevancia ha presentado en los últimos años, no solo haciendo referencia a la conservación de recursos, sino también a su correcto aprovechamiento. Es así que la OMT (2004) define al desarrollo turístico sustentable como “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (párr. 1). Esta definición reafirma la postura del turismo sostenible de satisfacer las necesidades no solo de los visitantes sino también de las comunidades que se encuentran en los destinos.

1.1.1.2.1. Principales características para el desarrollo de turismo sustentable

Existen principios fundamentales para el desarrollo del turismo sustentable, mismo que son planteados por la Organización Mundial de Turismo (2004):

1. La sostenibilidad ecológica garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos.
 2. La sostenibilidad social y cultural garantiza que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, que el turismo sea compatible con la cultura y los valores de las personas involucradas y se mantenga la identidad y fortaleza de la comunidad.
 3. El principio económico garantiza la equidad en la distribución de ingresos en todos los actores participantes en el desarrollo adecuado de la actividad turística, el progreso e inversión de manera justa para obtener beneficios en el sector público, privado y social.
- (p. 14)

Es importante destacar que para un correcto funcionamiento del turismo sustentable es importante la aplicación de estos principios que involucran el carácter social, ambiental y económico en donde todos tengan el mismo grado de importancia y sean preservados y valorados. Se establece que estas son las características básicas que debe cumplir un destino para ser considerado sostenible.

Estas características se dividen principalmente en tres aspectos fundamentales, en primer lugar, la conservación es decir “las actividades deben ser compatibles con la conservación del

medioambiente” (López, 2019, párr. 3). Evitando el daño e invirtiendo parte de las ganancias producidas por el turismo en la conservación del entorno y el mejoramiento de las condiciones de la flora y fauna local. La segunda característica se apega al aspecto social, involucrando a la comunidad local permitiendo un acercamiento con los turistas y poniendo en valor y salvaguardando su cultura y tradiciones.

Por último, uno de los principales componentes es el aspecto económico debido a que es importante que se desarrollen ingresos para contribuir a los demás pilares. Es vital que las divisas generadas por el desarrollo sostenible sean repartidas equitativamente contribuyendo a la economía de la comunidad local principalmente con la generación de fuentes de empleo que les permita mejorar su calidad de vida. (López, 2019)

1.1.1.3. Crisis del desarrollo turístico frente a la pandemia del COVID-19

El turismo fue uno de los sectores más afectados con la pandemia del COVID-19, que ha tenido un gran impacto en el sector económico, medios de subsistencia y los servicios públicos en todos los continentes. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2020). La pandemia fue un escenario no previsto que tomó por sorpresa a la mayoría de países a nivel mundial, “a partir del 11 de marzo la Organización Mundial de Salud declara al SAR-COV-2 como pandemia mundial, desde esa fecha, varios sectores económicos se han visto afectados, siendo de mayor impacto el turismo, donde se vislumbran grandes pérdidas económicas” (Chontasi, et al., 2021, p. 246).

La paralización de los viajes tanto a nivel local como internacional por el temor a los contagios, sumada a las restricciones que los gobiernos de los diferentes países han implantado con el

propósito de contener el virus y evitar su propagación, provocaron en el sector turístico un decaimiento muy significativo. Este declive conllevó el cierre total o parcial de algunas empresas, generando desempleo y pérdidas económicas.

A nivel Latinoamericano la mayor parte del territorio son considerados países en desarrollo por lo que se pronostica que serían a los que más trabajo les tomaría recuperarse es así que a la ONU (2021) menciona que:

Los países en desarrollo serán los más afectados, ya que la ausencia de una vacunación generalizada mantendrá a los turistas alejados. Por regiones, la que más sufrirá el impacto de la crisis del turismo en su PIB será Centroamérica mientras que, por países, Ecuador será el que más vulnerable después de Turquía, los expertos no esperan volver a los niveles de afluencia turística internacionales previos a la pandemia hasta 2023 o incluso después. (párr. 1)

Siendo Ecuador reconocido como uno de los países más vulnerables en el aspecto de la pandemia y por ende entre los que más les costará su recuperación, en la actualidad el declive interno del turismo es evidente. Sin embargo, existe una recuperación en el 2022 con respecto al año anterior haciendo más probable un escenario en el cual para el 2023 se haya regenerado la afluencia del turismo en el país.

En Ecuador la paralización del turismo debería tomarse como un punto de inflexión donde se pueda replantear la planificación turística que se veía centrada en el marketing y las ventas. Actualmente las estrategias de comercialización de productos turísticos deben de ir de la mano de la capacitación y gestión de procesos de calidad, estableciendo un escenario donde “se genere un turismo (social/económico) que responda a las necesidades de los territorios, donde

la gestión de los destinos turísticos se encuentre alineada a las necesidades de la población local, evitando construir espacios para turistas y otros para residentes” (Llugsha, 2021, p. 30).

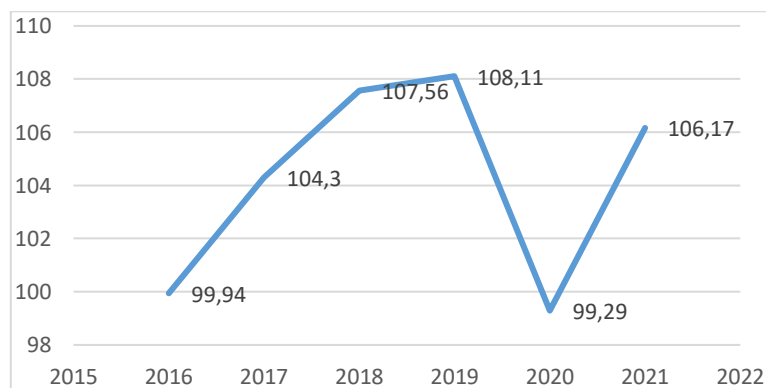
1.1.2. Economía turística en el Ecuador

El turismo es un sector que tiene gran representación en la economía mundial, es así que “en el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta” (Vera, 2018). Para analizar la relevancia de esta industria en el Ecuador es importante tomar en cuenta diversas variables que son de gran relevancia para la economía tanto a nivel nacional como sectorial.

A continuación, se realiza un análisis a las principales variables económicas en base a su evolución, producto interno bruto (PIB) del Ecuador, representación porcentual que tiene el turismo PIB nacional y contribución total del turismo al empleo nacional.

Figura 2

Producto interno bruto de Ecuador en mil millones de dólares, periodo 2016 - 2020



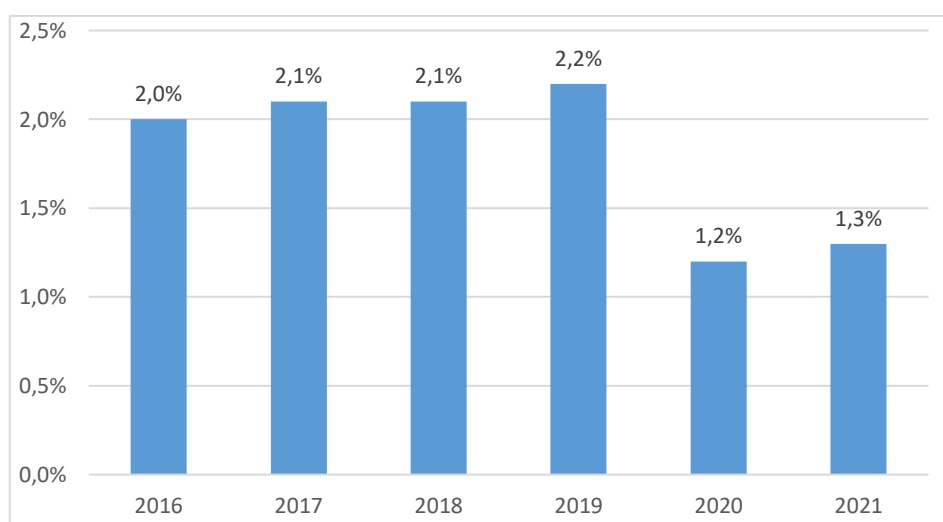
Fuente: Banco Mundial (2022).

Elaboración propia

La evolución del PIB nacional que se encuentra expresado en mil millones de dólares en el periodo 2016 – 2019 tiene un aumento constante. Sin embargo, en el 2020 presenta una disminución significativa muy notoria provocada por la pandemia del COVID-19 como en la mayoría de los países en el mundo. En el 2021 existe un aumento significativo debido a las diferentes estrategias planteadas para la reactivación económica.

Figura 3

Participación del PIB turístico en el PIB total, periodo 2016 - 2020



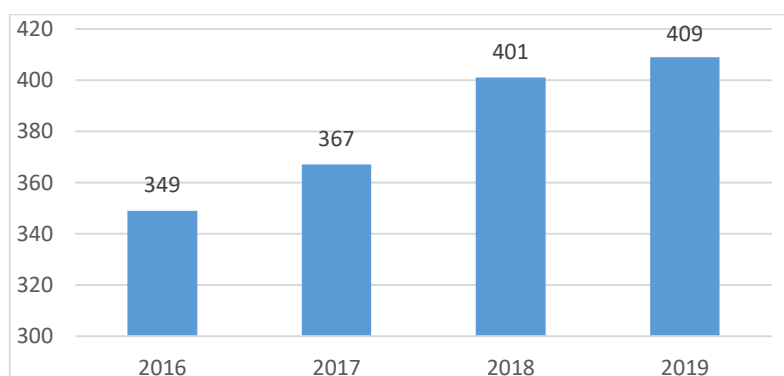
Fuente: MINTUR (2022).

Elaboración propia

El turismo tiene una representación de alrededor del 2% el PIB a nivel nacional en el periodo 2016 – 2019. En el año 2020 existe un declive hacia el 1,2% “debido a la emergencia sanitaria por el COVID-19, el aporte del turismo es la sexta fuente de ingresos no petroleros a US\$ 705 millones de dólares. Sin embargo, el turismo sigue siendo la primera en la balanza de servicios” (MINTUR, 2020).

Figura 4

Empleo generado por el sector turístico en miles de personas, periodo 2016 - 2020



Fuente: MINTUR (2022).

Elaboración propia

El empleo que genera el turismo a nivel nacional presenta un crecimiento constante hasta el año 2019, aportando con aproximadamente 409 mil empleos a nivel nacional. “Debido a la pandemia por el COVID-19, al mes de diciembre 2020, existió un decremento de 31,81% con respecto a diciembre 2019 en el empleo turístico” (MINTUR, 2020, p. 12).

Analizando todas las variables presentadas anteriormente se establece la importancia que tiene el turismo en la economía ecuatoriana. Con la paralización a partir del año 2020 se vio afectado el sector y por ende la economía a nivel nacional. “El sector turístico juega un papel fundamental en la creación de empleo, la generación de divisas y la actividad económica en general” (Proaño, et al., 2021, p. 35). Debido a la importancia que tiene el sector a nivel económico es importante que el estado genere políticas y asignen recursos para la reactivación del turismo a nivel nacional.

1.1.2.1. Estrategias para la reactivación económica del turismo

La reactivación económica del turismo luego de la pandemia es fundamental debido a que este sector sufrió grandes pérdidas a nivel mundial. Moreno et al. (2021), definen a la reactivación económica como “el proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población” (p. 24). Es decir, se deben establecer estrategia para mejorar la economía del sector y por ende del destino y de la población local.

Es importante plantear estrategias que permitan mejorar los ingresos económicos que provienen del turismo, mismos que tuvieron una reducción durante la pandemia y que se encuentran en constante recuperación. En este sentido la Secretaría Técnica del Consejo de Ministras de la Mujer de Centroamérica y República Dominicana (COMMCA) y la Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (SITCA) en su guía para la reactivación económica de las mujeres rurales del sector turístico presentada en julio del 2021 establece líneas estratégicas para la reactivación económica:

- Financiamiento y acceso al crédito, con el propósito de gestionar fondos de ahorro y prestamos dirigidos a los emprendedores del sector rural.
- Liderazgo y empoderamiento del sector rural en el turismo, con la formación de líderes y lideresas capacitadas en derechos humanos y económicos.
- Capacitación y tecnificación para emprendimientos rurales en gestión y estructuración del turismo rural, comunitario, ecoturismo y agroturismo.
- Promoción y mercadeo, formación en branding y desarrollo de la marca e identidad de emprendimientos, campañas de destinos seguros.

- Fortalecimiento de emprendimientos y empleo digno: acompañamiento a los emprendedores para lograr una estabilidad económica y oferta turística de calidad.
- Coordinación interinstitucional mediante grupos multidisciplinarios, con alianzas público – privadas que permitan mejorar las condiciones para el turismo local con la formación de Organizaciones de Gestión de Destino (OGD) mismas que serán las encargadas del manejo de la actividad turística permitiendo un crecimiento en la competitividad, generando sustentabilidad y mayor integración entre los actores.

1.1.3. Pueblo afroecuatoriano

Los pueblos, comunidades y personas afroecuatorianas son aquellas que descienden de los hombres y mujeres pertenecientes a la diáspora africana que fueron víctimas del comercio y la esclavitud entre los siglos XVI y XIX. Mismos que lograron sobrevivir o escapar y desde entonces viven y son parte de la sociedad contribuyendo a su desarrollo. (Movimiento nacional para la libertad cultural, 2011)

Antón (2014) define a los afrodescendientes como:

Las personas y a todos los pueblos que provienen de la diáspora africana en el mundo. En América Latina y el Caribe, el concepto se refiere a las distintas culturas negras o afroamericanas que emergieron de los descendientes de africanos, las que sobrevivieron a la trata o al comercio esclavista que se dio en el Atlántico desde el siglo XVI hasta el siglo XIX (p. 34)

Es decir, los afrodescendientes son las personas que descienden de la diáspora africana que fueron distribuidos por varios países tras los procesos de esclavitud, y que actualmente forman parte de las actividades económicas y sociales del país al que pertenecen. En este contexto afroecuatorianos son los afrodescendientes que actualmente habitan en el Ecuador siendo partícipes de su desarrollo.

De acuerdo al último censo poblacional realizado en el Ecuador en el 2010 existen 1.041.559 afroecuatorianos representando el 7,2% de la población nacional. Se encuentran distribuidos en las 24 provincias. A continuación, se presenta las provincias con mayor número de afroecuatorianos:

Tabla 1

Provincias del Ecuador con mayor presencia de población afroecuatoriana

<i>Provincia</i>	<i>Población total</i>	<i>% Afroecuatorianos</i>	<i>Total, afroecuatorianos</i>
<i>Guayas</i>	3.645.483	9,7	<i>353.612</i>
<i>Esmeraldas</i>	534.092	43,9	<i>234.466</i>
<i>Pichincha</i>	2.576.287	4,5	<i>115.932</i>
<i>El Oro</i>	600.659	6,9	<i>41.445</i>
<i>Santo Domingo</i>	368.013	7,7	<i>28.337</i>
<i>Santa Elena</i>	308.693	8,5	<i>26.238</i>
<i>Imbabura</i>	398.244	5,4	<i>21.505</i>
<i>Carchi</i>	164.524	6,4	<i>10.529</i>
<i>Sucumbíos</i>	176.472	5,9	<i>10.411</i>
<i>Orellana</i>	136.396	4,9	<i>6.683</i>
<i>Napo</i>	103. 697	5,9	<i>6.118</i>
		<i>Total</i>	<i>855.280</i>
		<i>En otras provincias de Ecuador</i>	<i>186.278</i>

Fuente: (Instituto nacional de estadísticas y censos INEC, 2006)

1.1.3.1. Riqueza cultural afroecuatoriana

Los afroecuatorianos tienen una riqueza cultural inmensa compuesta por la danza, música, gastronomía, artesanías, medicina y más, misma que enriquece la diversidad del Ecuador. En este sentido CARE en el 2014 establece las principales manifestaciones culturales de los asentamientos en Imbabura y Carchi:

Tabla 2

Manifestaciones culturales del pueblo afroecuatoriano

Manifestación cultural	Territorio ancestral de Imbabura y Carchi
Gastronomía	Son en su mayoría platos elaborados con productos propios de la zona como: Fréjol guandul con arroz, picadillo, manoemano, yucas con carne, camote con carne, entre otros. Los productos primarios y típicos son el guandul, la yuca, el camote, sancocho, guineo, etc.
Música y danza	El instrumento llamado bomba que da el nombre a la música típica del valle del chota y cuenca del río Mira, es un tambor cilíndrico fabricado de madera del tronco de la cabuya, cubierto en los dos extremos con cuero de chivo. La bomba es un ritmo muy alegre en donde se relatan vivencias diarias de los afros y se baila con una botella en la cabeza, con sensuales movimientos de las caderas de la mujer.

Vestimenta	La vestimenta típica es muy colorida, conformado en las mujeres por centros o faldas anchas y largas, el delantal, blusas con vuelos y adornos de encaje, parte de esta vestimenta era también los collares y escapularios. El hombre viste pantalón y camisa de manga corta.
Peinados típicos	Tienen una variedad de peinados: la paya, el gajeado, las escobas, la cola, entre otros; las mayores usan invisibles de colores.
Religiosidad	Semana Santa, velorios, Corpus Cristi, Misas afros
Medicina ancestral	Para tratar: malaire, espanto, diarrea, cólicos estomacales, dolores de barriga y cabeza; ayudar en los partos.

Fuente: (CARE, 2014)

Elaboración propia

1.1.3.2. Estrategias para la reactivación sociocultural del turismo

La reactivación sociocultural del turismo se enfoca en realizar actividades que se encuentren relacionadas al rescate de la cultura, tradiciones y el patrimonio de una localidad, además de mejorar la calidad de vida de la población. Suntaxi (2019) sostiene que una adecuada aplicación del sistema turístico a nivel cultural “implica conocer de manera acertada los elementos propios de una población, así como la revalorización de los rasgos que les permiten conocer su identidad” (p. 27). Es decir, uno de los primeros pasos para poder implantar estrategias es conocer la población local.

Valverde (2017) menciona que la reactivación cultural tiene tres etapas fundamentales

- Etapa I o Análisis: Diagnóstico situacional de la localidad donde se llevará a cabo la reactivación, para ello es imprescindible analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el territorio y su población ante el desarrollo del turismo.
- Etapa II o Elaboración de Estrategias: Con base a la información obtenida se plantea estrategias que permitan el desarrollo del turismo en la localidad beneficiando a la población con fuentes de empleo y dinamizando la economía, preservando y dando valor a su cultura y patrimonio.
- Etapa III o Métodos de Control: Es de gran importancia la creación de métodos e indicadores a través de los cuales se puede medir la eficiencia de las estrategias que se pretenden implantar, garantizando que el proceso de reactivación sociocultural se realice de manera óptima.

Existen varias estrategias que pueden ser implantadas para lograr una reactivación sociocultural del turismo. Sin embargo, es importante mencionar las 10 líneas estratégicas planteadas por Chiriboga Barba et al. (2018) “innovar el turismo cultural, oferta turístico – cultural, capacitación, sostenibilidad, gestión, acciones de proyección, vivencias auténticas y singulares, la creación de destino, confianza en el destino y movilización” (p. 17). Dentro las líneas anteriormente mencionadas se pueden plantear un sin número de estrategias, mismas que deben ser aplicables al territorio donde se va a desarrollar la reactivación.

1.2. MARCO LEGAL

Existen diversas leyes y reglamentos vinculantes y no vinculantes en el ámbito nacional e internacional que enmarcan la planificación y gestión de actividades de turismo con relación al desarrollo sustentable con los cuales se sustenta el presente trabajo de investigación.

1.2.1. Constitución de la República del Ecuador (CRE)

La constitución de la República del Ecuador es la carta magna del país que fue aprobada mediante referéndum constitucional el 28 de septiembre del 2008. Este documento es el mayor instrumento de ley del Estado ecuatoriano. Con sus 444 artículos divididos en 9 libros, donde se plasman los principales derechos y deberes tanto del estado como de los ciudadanos. Entre sus artículos se encuentran varios que respaldan la presente investigación tales como:

- Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” (Constitución de la República del Ecuador [CRE], 2008, Artículo 12). Se garantiza el derecho de toda la población a vivir en un ambiente sostenible por lo que las actividades que se desarrollen deben respetar este derecho, es por ello que la presente investigación plantea el turismo sostenible con una alternativa de desarrollo local.
- Art. 58.- “Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos” (CRE, 2008, Artículo 58). Es importante destacar los derechos que son

reconocidos y otorgados al pueblo afroecuatoriano para el fortalecimiento de su cultura e identidad. La presente investigación al centrarse en la parroquia de Salinas que se encuentra conformada en su mayoría por población afroecuatoriana, está encaminada hacia el desarrollo de turismo vivencial con el pueblo afro respetando y rescatando sus saberes ancestrales, cultura y tradiciones.

- Art. 71.- “La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos” (CRE, 2008, Artículo 71). Ecuador fue el primer país en reconocer los derechos que tiene la naturaleza por ende es de vital importancia que todas las actividades e investigaciones que se realicen se enmarquen en respetar dichos derechos. Mediante la aplicación del turismo sustentable se presenta el eje ambiental en el cual se garantiza la correcta utilización de los recursos evitando su sobre explotación.

1.2.2. Objetivos de desarrollo sostenible

El 25 de septiembre de 2015, la Organización de Naciones Unidas (ONU) plantea una serie de objetivos que se promueven a nivel mundial que permitirán: erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Mismos que se establecen en la agenda de desarrollo sostenible 2030 y cuenta con metas específicas que deben alcanzarse hasta el año 2030. La presente investigación guarda relación con varios aspectos propuestos por la ONU tales como:

- Objetivo 8.- Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, en el cual se plantea la meta número 8.9 que menciona “De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (Naciones Unidas, 2018, p. 41). La meta planteada enmarca las motivaciones de la presente investigación, ya que se plantea la creación de estrategias que permitan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas permitiendo generar oportunidades de empleo para la población y mejorar la economía local.

1.2.3. Ley de turismo del Ecuador

En el Ecuador el máximo rector en el ámbito turístico es la Ley de Turismo que fue promulgada el 27 de diciembre del 2002, y tuvo su última modificación el 29 de diciembre del 2014. En ella se plasman las principales normas que rigen el turismo a nivel nacional.

- Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:
 - d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
 - e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de turismo, 2002, Artículo 3)

La conservación de los recursos tanto naturales como culturales a nivel nacional es básica para un modelo de turismo sostenible, es por ello que el artículo citado anteriormente respalda a la investigación que se está ejecutando debido a que conlleva el respeto y el adecuado uso de los

bienes naturales y culturales además de la participación del pueblo afroecuatoriano en el desarrollo del turismo local con su cultura y tradiciones mismas que deben ser respetadas y puestas en valor.

1.2.4. Plan Creación de Oportunidades 2021 – 2025

El Plan Creación de Oportunidades, vigente para el periodo 2021 – 2025 es la máxima directriz administrativa para el diseño y aplicación de la política pública en Ecuador. Constituido por 5 ejes, 16 objetivos, 55 políticas y 130 metas, permite contar con una guía para la realización de la presente investigación.

- Objetivo 2.- Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.
- Objetivo 8.- Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.
- Objetivo 11.- Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales. (secretaría nacional de planificación, 2021)

Los objetivos mencionados enmarcan las actividades de turismo que deben ser realizadas de manera sostenible, mediante la conservación y uso sustentable de los recursos, para generar impulso económico y nuevas oportunidades al pueblo afroecuatoriano de la parroquia rural Salinas.

1.2.5. Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial Salinas 2019 – 2023

El PDOT Salinas 2019 – 2023, es considerado como una herramienta para el desarrollo y planificación de actividades que permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes. En este sentido se formulan seis objetivos con sus respectivas metas que deben ser alcanzadas hasta finalizar el período.

Objetivo 3.- “Fortalecer la economía local a través de planes, programas y proyectos que impulsen la productividad, fortalezcan la asociatividad y enfoquen la promoción parroquial para incentivar el turismo sostenible” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Salinas [GAD Parroquial Salinas], 2019, p. 123). Este objetivo respalda la presente investigación ya que promulga el incentivo al turismo sostenible mediante la asociatividad y el emprendimiento, además cuenta con un programa de “Reactivación del turismo” en el cual se presentan las acciones de mejorar los espacios que se consideran atractivos turísticos y de servicios parroquiales y crear un plan de reactivación turística post COVID-19. (GAD Parroquial Salinas, 2019)

Dichas acciones se enmarcan en la presente investigación ya que el objetivo principal de la misma es lograr estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y socio cultural de la parroquia de Salinas.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Descripción del área de estudio

Geográficamente la investigación se encuentra enfocada en Santa Catalina de Salinas, una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura. Se encuentra ubicada a 25.5 km al norte de la capital provincial. Limita al norte con las parroquias de Juan Montalvo y Carolina, al este con la delimitación territorial de las cabeceras cantonales de Ibarra y Mira, además con Juan Montalvo, al oeste con las parroquias de Cahuasqui, Pablo Arenas y Tumbabiro y al sur con la cabecera cantonal de Urcuquí.

Cuenta con una superficie de 7.718,72 hectáreas, su distribución política consta de 5 barrios; La Floresta, La Esperanza, Central, San Martín y San Miguel, además de sus dos comunidades, San Luis y Cumbo y un caserío denominado El Consejo. Topográficamente se encuentra en una altura aproximada de 1400 y 3150 msnm teniendo así un clima cálido seco, que brinda hermosos paisajes.

Este destino se denomina Salinas por la antigua actividad de elaboración de la sal para consumo de personas y animales, que era la principal fuente de recursos económicos en la localidad. Su población se encuentra predominada por la etnia afro-ecuatoriana con su riqueza cultural y tradiciones, mismas que son parte de la oferta turística. Entre los principales elementos culturales se destaca la música bomba, danza, saberes ancestrales, coplas, juegos tradicionales, entre otros. Además, en la parroquia se ofrece a los turistas y visitantes algunos servicios complementarios con enfoque identitario como: hospedaje, comida típica y visita a sitios turísticos.

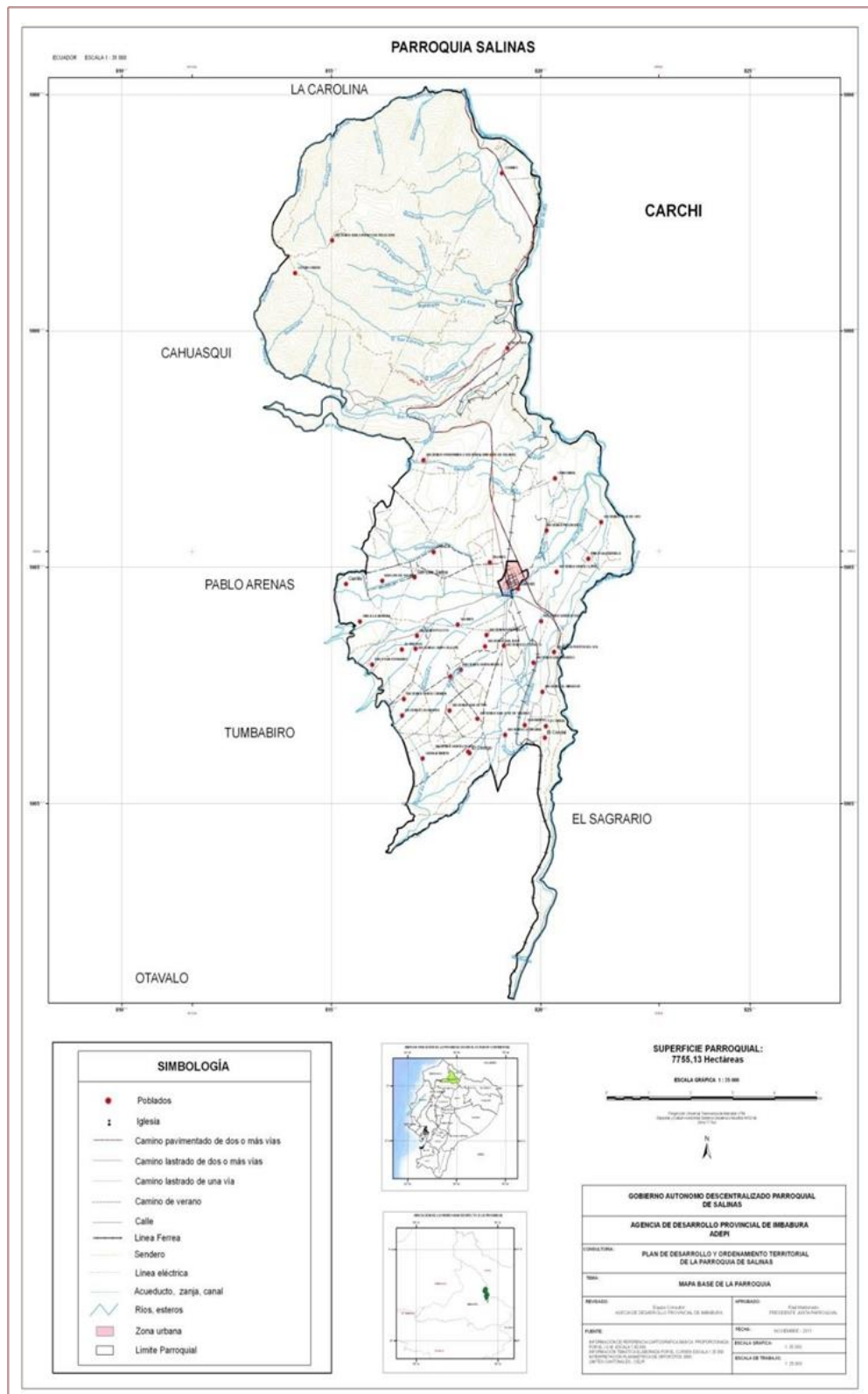
Su desarrollo turístico inicia en marzo del 2008, con la rehabilitación de las vías del tren para recorridos en autoferro, impulsada por el GAD parroquial y financiada por la Cooperación Técnica Belga CTB. En un inicio no se contaba con una demanda significativa debido a que era un proyecto local por lo que no tenía las directrices adecuadas para la promoción y comercialización del mismo. En el año 2012 la empresa Ferrocarriles del Ecuador toma posesión de este tramo y realizan las mejoras necesarias para lograr la circulación del tren, lo que permitió un incremento de turistas pasando de 8000 a 20000 visitantes anuales.

Para cumplir con la demanda del autoferro se construyó el centro gastronómico palenque y se establecieron grupos de música, danza y artesanías, además se realizaron mejoras en el museo de sal. Sin embargo, con la llegada del tren y el aumento del flujo de turistas se organizaron más de 20 emprendimientos a nivel local y se adecuaron un mayor número de atractivos tales como las tolas de sal, sala etnográfica, plaza artesanal entre otros.

Por su parte en el año 2013 con el objetivo de salvaguardar los saberes ancestrales y la identidad de la población, y queriendo dinamizar la oferta turística se crea el Centro de Desarrollo Etnocultural Turístico Comunitario Bombódromo Palenque, uno de los grandes proyectos turísticos de la parroquia. Desde sus inicios logró aumentar la demanda y mejorar los ingresos económicos para los emprendimientos. El área recreativa y sus componentes como las piscinas, el parque acuático, la pista 4x4 extremo y la pista de motos entre otros, forman parte de los atractivos turísticos del destino hasta la actualidad y tienen una gran afluencia especialmente en el feriado de carnaval. Lamentablemente en el 2020 se produce el declive de la actividad turística en la parroquia lo que provoca el cierre de la mayor parte de emprendimientos y el deterioro de varios atractivos.

Figura 5

Mapa de la parroquia de Salinas



Fuente: Municipalidad de Ibarra - Dirección de Avalúos y Catastros. 2014

3.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo mismo que se define como: “Aquel que utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2016, p. 65). Realizar una investigación cualitativa, permite la búsqueda de información a través de observación directa, entrevistas y demás técnicas planteadas para su posterior interpretación.

Al aplicar el enfoque cualitativo se cuenta con la capacidad de auto reflexión para la construcción de un contexto social basado en el conocimiento y comprensión de las características de una población, creando un lazo directo entre el investigador y el público objetivo. Siendo la presente investigación desarrollada con el objetivo de reactivar económica y socialmente una parroquia a través del turismo es indispensable crear este vínculo y poder entender las necesidades reales que presenta la comunidad local. Además, es importante identificar las expectativas de la demanda para poder desarrollar un modelo turístico adecuado según el segmento de mercado siendo de igual forma preciso conocer las cualidades y potencialidades del destino.

3.3. Tipos de investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicaron los siguientes tipos de investigación: descriptiva, documental y de campo. Mismos que son aplicados con la finalidad de adquirir la mayor información posible para lograr una correcta interpretación de la situación actual de la parroquia Salinas y poder desarrollar estrategias de reactivación turística adecuadas y que sean aplicables.

3.3.1. Investigación descriptiva

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2016).

Cerda (1998) plantea que “una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto” (p. 143). Es decir, este tipo de investigación permite describir las características de un lugar, persona, pueblo, acontecimiento y cualquier elemento que sea necesario. Dentro del presente estudio es utilizada para describir la situación actual de la actividad turística de la parroquia de Salinas y de esta forma lograr un análisis con el cual se puedan estructurar las estrategias necesarias para la reactivación del turismo dentro de la localidad.

3.3.2. Investigación documental

Bernal (2016) define a la investigación documental como “el análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones entre los diferentes conocimientos sobre determinado asunto” (p. 154). Se puede decir que la investigación documental consiste en la revisión y análisis de los documentos previamente escritos sobre cierto tema para llegar a adquirir un conocimiento amplio sobre él.

Dentro del desarrollo del presente trabajo se realiza investigación documental sobre diversos temas tales como, turismo sustentable, estrategias de turismo, entre otros, lo que permite el

conocimiento del objeto de estudio y el desarrollo correcto de los instrumentos necesarios. De igual forma se establece una revisión de bibliografía sobre los indicios históricos de Salinas y su desarrollo turístico a través de los años con el objetivo de tener un punto de partida y línea base para la construcción de nuevas estrategias.

3.3.3. Investigación de campo

La investigación de campo es básica dentro de la rama turística, ya que es la que permite tener un conocimiento cercano a la problemática, de este modo Cruz (2009) describe a la investigación de campo como:

La realización de registros mediante el uso de instrumentos apoyados de documentos de primera mano, utilizando la observación y la participación de los informantes clave donde se extraen las notas para resumirlas, concentrarlas en fichas de trabajo con el fin de facilitar el manejo de la información. (p. 40)

Por su parte Baena (2014) establece que “la finalidad de la investigación de campo es recoger y registrar ordenadamente información relacionada al tema escogido como objeto de estudio, siendo la observación y la interrogación las principales técnicas de este tipo de investigación” (p. 47). Dentro de la investigación se planifican salidas de campo hacia los emprendimientos y atractivos turísticos de la parroquia para tener un criterio más objetivo sobre la situación actual del turismo en Salinas. Además, se realizan entrevistas a las personas que se encuentran estrechamente ligadas a este tipo de actividad con el objetivo de plantear las mejores estrategias que contribuyan al turismo local.

3.4. Técnicas de investigación

Para el cumplimiento de los objetivos planteados se aplican las siguientes técnicas de investigación:

3.4.1. Observación científica

Ruiz e Ispizúa (1989) menciona que:

La observación científica se lleva a cabo de una forma no solo deliberada y consciente, sino de un modo sistemático, ordenando las piezas, anotando los resultados de la observación, describiendo, relacionando, sistematizando y, sobre todo, tratando de interpretar y captar su significado y alcance. (p. 66)

Por su parte con Bernal (2016), define a la observación como “técnica de investigación científica es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada” (p. 254).

La observación es una técnica de investigación que permite tener una perspectiva real del objeto de estudio, en la presente investigación permite realizar un diagnóstico situacional de la actividad, mediante visitas a los atractivos y emprendimientos turísticos de Salinas que permiten observar el estado de conservación y las necesidades latentes en cada uno de ellos. Existen alrededor de 12 atractivos y 29 emprendimientos en la parroquia a ser evaluados.

3.4.2. Entrevista

Según Los autores Buendía, Colás y Hernández (2001) afirman que:

La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistadores y entrevistados, en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretendan estudiar, planteadas por el entrevistador. (p. 246)

La aplicación de entrevistas permite una interacción con el objeto de estudio, se la realiza con un cuestionario previamente desarrollado, obteniendo detalles y características de lo que se desea investigar. En la presente investigación se aplicó este instrumento a profesionales del turismo, autoridades de la parroquia y tours operadoras con el objetivo de conocer sus perspectivas y posibles estrategias para mejorar las condiciones turísticas a nivel local.

3.5. Instrumentos de investigación

3.5.1. Cuestionario

Según Leiva (2012, citado por Maldonado, 2015) el cuestionario “es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista, en el cual se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables; posibilita observar la valoración que hacer el encuestado o entrevistado” (p. 71).

Por su parte Arias (2020) menciona que “El cuestionario es un instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto

de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder.” (p. 21)

Este instrumento permite recolectar información mediante la interacción con las personas que lo responden. En la presente investigación se aplican cuestionarios tanto para encuestas a turistas potenciales como para emprendimientos turísticos de la parroquia. También se emplean para las entrevistas dirigidas a profesionales de turismo, tour operadoras y autoridades de Salinas.

3.5.2. Fichas de observación

Son instrumentos de investigación de campo, donde se registra la descripción detallada de lugares, personas, etc., que forman parte de la investigación. En el caso de personas y lugares se deben hacer descripciones precisas a detalle de lo observado (Troya, 2017).

Este tipo de instrumento ayuda a recolectar información sobre lugares y poblaciones en donde se encuentre el objeto de estudio mediante la observación directa de todas las características que se presenten en el lugar. En el presente estudio se plantea una ficha de observación dentro del objetivo de diagnosticar la situación actual de la actividad turística de Salinas. Esta herramienta evalúa la accesibilidad, infraestructura, estado de conservación, necesidades identificadas y elementos diferenciadores de cada uno de los doce atractivos turísticos identificados en la parroquia.

3.6. Población y muestra

Para el desarrollo de la presente investigación se plantean cinco instrumentos los cuales responden a los objetivos específicos desarrollados. El primer instrumento dentro del diagnóstico de situación actual del turismo en la parroquia de Salinas, es una ficha de observación de atractivos turísticos la cual permite hacer un inventario y conocer las características, potencialidades necesidades actuales de los mismos. Para ello se toman como base todos los atractivos existentes en la localidad que se encuentran registrados por el GAD Salinas en años anteriores.

Dentro del mismo objetivo se plantea un segundo instrumento, una encuesta a emprendimientos de turismo en la parroquia, mediante la técnica de muestreo no probabilística denominada intencional misma que según Tamara & Manterola (2017) “Permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en las que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña” (p. 48).

Como parte de la investigación se aplican encuestas a todos los emprendimientos relacionados a actividades turísticas dentro de la parroquia que cumplen con los estándares necesarios para cumplir con las expectativas de la demanda. Los emprendimientos que son parte de la investigación se describen a continuación:

Tabla 3

Emprendimientos de turismo de Salinas considerados en el estudio

TIPO	NOMBRE
GRUPOS DE DANZA	Icanti Ianza Mandela Descendencia Africana
GRUPOS DE MÚSICA	Percusión Latina Los Cimarrones
ARTESANÍAS	Todo Arte Confecciones Palenque Mujeres emprendedoras La Floresta Artesanías Salinas Ceraciones Diel Resiarte
ALIMENTOS Y BEBIDAS	Centro Gastronómico Palenque Comedor el Buen Sabor Parador las Cañas Parador Pedacito de Cielo Delicias Elvita Parador Nicol Don De Viquita Delicias de Jesica Cafetería del tren

	La Casa Vieja
	Heladería Las Orquídeas
FINCAS	Puyaburo
AGROTURÍSTICAS	El Guayabo
	Campo Alegre
HOSPEDAJE	El Encuentro
	Hospedaje comunitario Bombódromo Palenque

El tercer instrumento responde al objetivo de caracterizar los atractivos y emprendimientos con potencial para el desarrollo de turismo sustentable. Para ellos se plantea una encuesta a turistas potenciales de la parroquia mediante un muestreo probabilístico estratificado que es “en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento” (Hernández et al., 2016, p. 181).

Hernández et al. (2016) añade que:

Quando no basta que cada uno de los elementos muestrales tengan la misma probabilidad de ser escogidos, sino que además es necesario segmentar la muestra en relación con estratos o categorías que se presentan en la población, y que además son relevantes para los objetivos del estudio, se diseña una muestra probabilística estratificada. (p. 56)

La estratificación permite obtener una probabilidad ajustada al número de personas por cada segmento de la población. En la presente investigación se utilizará este tipo de muestra para estratificar el número de encuestas aplicadas a turistas potenciales.

Teniendo en cuenta como población al promedio mensual de turistas que visitaron la parroquia durante el período de 2012 – 2019, años en los cuales se registran datos de ingresos al Museo de Sal que es uno de los atractivos más importantes y representativos de la parroquia. Se realiza con cifras de estos años debido a que por condiciones de la pandemia del COVID-19 la actividad turística se paralizó en el país a partir del año 2020 y no se cuentan con otros datos suficientes al momento de la investigación.

Tabla 4

Número de Ingresos al Museo de Sal “Barro Caliente” de Salinas Perdido 2012 – 2019

**NÚMERO DE INGRESOS AL MUSEO DE SAL “BARRO
CALIENTE” DE SALINAS
PERDIDO 2012 – 2019**

AÑO	Ingresos
2012	20632
2013	25704
2014	27468
2015	20778
2016	15892
2017	14952
2018	14520
2019	12079
PROMEDIO ANUAL	19003
PROMEDIO MENSUAL	1584

Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) * \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

Donde:

n = Muestra buscada

N = Población total

PQ = Constante de la varianza poblacional (0.25)

E = Error máximo admisible (10%)

K = Coeficiente de Correlación de Error (2,58) que equivale a un 99% de nivel de confianza

Datos:

N	?
N	1584
PQ	0,25
E	10% (0,10)
K	2,58

$$n = \frac{0,25 * 1584}{(1584 - 1) * \left(\frac{0,10}{2,58}\right)^2 + 0,25}$$
$$n = \frac{396}{2,62816237}$$
$$n = 150,658$$

El tamaño de la muestra es de 151 turistas potenciales a los que se les aplica la encuesta para determinar sus intereses relacionados al turismo en la parroquia de Salinas y cuáles serían las características que resaltan la actividad en la localidad.

Como parte del mismo objetivo se plantea una entrevista a los representantes de las operadoras de turismo que en años anteriores tenían como parte de su oferta tours hacia la parroquia de Salinas con la finalidad de conocer las expectativas que considerarían necesarias se encuentren dentro de un modelo de turismo que se pueda aplicar en la parroquia de Salinas, mismas que se enlistan a continuación:

- Kleintours
- Quimbaya Tours
- Equinoccial Adventure
- Runatupari
- Intipungo

Para el cumplimiento del tercer objetivo referente al diseño de estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas, se plantea el quinto instrumento, siendo este una entrevista a profesionales de turismo, personas que han sido partícipes en el desarrollo turístico de la parroquia y autoridades locales.

Tabla 5

Profesionales de turismo considerados en el estudio

NOMBRE	PERFIL
Magister Anderson Maldonado	Profesional en turismo, Administrador de la Organización Comunitaria Palenque.
Abogado Raúl Maldonado	Ex presidente de la parroquia en los años 2005 – 2019 durante el auge del turismo en la localidad.
Magister Eduardo Rojas	Actual presidente del GAD parroquial Salinas
Sr. David Mina	Encargado de las actividades turísticas en el GAD parroquial Salinas

3.7. Fases de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se establecen cuatro fases de ejecución en función de los objetivos planteados:

Fase 1. Diagnóstico de la situación actual de atractivos turísticos de la parroquia Salinas

Fase 2. Diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos de turismo en la parroquia Santa Catalina de Salinas

Fase 3. Caracterización de atractivos y emprendimientos con cualidades potenciales para el desarrollo de turismo sustentable

Fase 4. Planteamiento de estrategias de turismo sustentable que promueva la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas.

Tabla 6

Fases de la investigación

<i>FASE</i>	<i>TÉCNICA</i>	<i>INSTRUMENTO</i>	<i>POBLACIÓN – MUESTRA</i>
<i>Fase 1. Diagnóstico de la situación actual de atractivos turísticos de la parroquia Salinas</i>	Observación científica	Fichas de observación	
<i>Fase 2. Diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos de turismo en la parroquia Santa Catalina de Salinas</i>	Entrevista	Cuestionario	Emprendedores de turismo en la parroquia de Salinas
<i>Fase 3. Caracterización de atractivos y emprendimientos con cualidades potenciales para el desarrollo de turismo sustentable</i>	Observación científica	Cuestionario	
	Entrevista		Operadoras de turismo
	Encuestas		320 turistas potenciales
<i>Fase 4. Planteamiento de estrategias de turismo sustentable que promueva la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas.</i>	Entrevista	Cuestionario	Expertos en turismo Autoridades de la parroquia

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

Este apartado es la recopilación de la información obtenida en la investigación de campo mediante la aplicación de los instrumentos previamente diseñados, se establece un análisis e interpretación de los resultados basado en los objetivos específicos previamente establecidos.

4.1.1 Diagnóstico de la situación actual de la actividad turística en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

Para realizar un diagnóstico de la situación actual de la actividad turística en la parroquia descrita en el objetivo uno de la investigación, se plantearon dos instrumentos, el primero encaminado a la observación de los atractivos turísticos y el segundo una encuesta dirigida a los emprendimientos locales.

4.1.1.1 Ficha de observación de atractivos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

Mediante la ficha de observación se determinaron todos los atractivos turísticos que se encuentran en la parroquia de Salinas tomando en cuenta sus condiciones de conservación, elementos diferenciadores y las potencialidades que presentan. De esta forma se han encontrado:

4.1.1.1.1 Bombódromo Etnocultural “Palenque”

El Bombódromo Palenque fue construido en el año 2013 por el gobierno parroquial quienes realizaron la ejecución de este proyecto en un espacio perteneciente al municipio de Ibarra. Actualmente la administración y gestión del sitio es ejecutada por el GAD de la parroquia. Permite revitalizar y proteger la cultura, fortalecer la memoria colectiva; promover el turismo, dinamizar un desarrollo sustentable para mejorar la calidad de vida de los salinenses.

Está ubicado en la zona turística cultural y distribuido en las siguientes áreas:

- Protección de la cultura: busca el rescate cultural de la parroquia con sus prácticas ancestrales tales como la danza, música, rituales, entre otros.
- Protección del patrimonio natural: esta área se encuentra dividida en la zona de recuperación de plantas nativas de caña de azúcar y la zona de protección de las fuentes hídricas.
- Área recreativa: se encuentra integrada por el balneario que incluye piscinas, tobogán, sauna, turco e hidromasaje. Además, una laguna para botes, una cascada de la gruta de Santa Catalina y la tarabita. Por su parte en cuanto a los deportes se integra una cancha deportiva de fútbol, pista de 4 X 4 y pista de motos.

Si bien el proyecto Bombódromo Palenque abarca una gran cantidad de elementos, en la actualidad se encuentra paralizado y no se ha completado con varias de las áreas que habían sido planificadas, siendo únicamente el espacio recreativo el que funciona con normalidad.

Figura 6

Bombódromo Etnocultural Palenque



Carnaval Palenque

Además, dentro de este establecimiento se cuenta con una de las actividades programadas más importante de la parroquia que se realiza en el feriado nacional de carnaval. El denominado “Palenque” es un referente basado en los procesos de construcción organizativa, de gestión administrativa y visión identitaria; convirtiéndose en una de las festividades más importantes de la provincia de Imbabura, debido al carácter cultural que posee y a la gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Esta celebración se realiza los cuatro días de feriado, inicia el sábado con el pregón, el ritual de la tulpa (bendición del carnaval) y la noche cultural, en donde se revitaliza y se ponen en valor las costumbres y tradiciones del pueblo afroecuatoriano, también se realizan competencias deportivas de 4 X 4 y motociclismo, además de la presentación de varios artistas.

Figura 7

Pregón Carnaval Palenque 2019



4.1.1.1.2 Museo de Sal “Barro Caliente”

Con el fin de recuperar la identidad de la parroquia y con la seguridad de que esta manifestación se constituya en un atractivo más, se realizó la rehabilitación de las pipas de sal y la adecuación del museo Barro Caliente, en el que se muestran utensilios para su elaboración. Un guía local explica el proceso para obtenerla y como era utilizada.

Figura 8

Museo de Sal Barro Caliente



4.1.1.1.3 Sala Etnográfica “Nuestros Ancestros”

En este lugar se da a conocer la historia del pueblo afrodescendiente, con investigaciones de las treinta y ocho comunidades afro del territorio ancestral de Imbabura y Carchi. Los descendientes africanos han sido marginados de su verdadera historia lo que ha provocado una pérdida de identidad cultural. En las entidades educativas del país se hace referencia a las etnias mestiza e indígena, pero es poca la información referente a los afrodescendientes. Es por eso que esta sala tiene mucha importancia para la parroquia de Salinas, permitiendo empoderar a la población sobre su etnia y a la vez ponerla en valor para los turistas como un centro de información ancestral.

Figura 9

Sala etnográfica "Nuestros Ancestros"



4.1.1.1.4 Tolas de Sal

Las tolas de sal son grandes montículos de tierra que fueron formados por la mano del hombre como consecuencia de la producción de la sal. Se obtenían una vez que se realizaba el filtrado de la tierra salada; luego que esta era utilizada se almacenaba en lugares cercanos a las cocinas de sal. Se encuentra a 500 metros aproximadamente de la cabecera parroquial.

Figura 10

Tolas de Sal



4.1.1.1.5 Estación del ferrocarril

La estación del Ferrocarril, conjuntamente con una infraestructura ferroviaria, que actualmente se encuentra restaurada en el tramo correspondiente de la ciudad de Ibarra a la parroquia de Salinas, es considerado patrimonio cultural por su arquitectura de servicio en la época de funcionamiento de la Empresa de Ferrocarril Quito – Ibarra - San Lorenzo. Lamentablemente se encuentra en desuso por el cierre de la empresa Ferrocarriles del Ecuador.

Figura 11

Estación del Ferrocarril Salinas



4.1.1.1.6 Plaza artesanal

Se encuentra ubicada frente a la estación del tren y era un espacio donde se comercializaba las artesanías de alrededor de catorce emprendimientos tanto individuales como grupales. Las personas realizaban los productos en sus domicilios y mediante la plaza las exhibían a los turistas. Las principales artesanías eran elaborados en materiales reciclados, cerámica y resina, además de prendas confeccionadas, bisutería en semillas y perlas, pirograbado en gamuza, entre otras.

Figura 12 Plaza artesanal Salinas



4.1.1.1.7 Iglesia de la cabecera parroquial

La iglesia de la cabecera parroquial es uno de los atractivos turísticos más representativos de Salinas. Se encuentra ubicada en el parque central y guarda mucha historia y tradición. La misa afro es uno de los elementos de rescate cultural vinculado a la religión que mayor impacto ha tenido en la población. Se trata de una celebración eucarística combinada con la alegría del pueblo afrodescendiente, con música y danza, rescatando así los saberes ancestrales.

Figura 13

Iglesia principal de Salinas



Leyenda de la Virgen de Las Lajas

Un rasgo muy importante que guarda la iglesia principal de Salinas es la leyenda de la Virgen de Las Lajas, misma que relata la aparición de una virgen en una piedra que es donada a la capilla. Esta figura que crecía constantemente, atraía a muchos devotos hacia la iglesia. Actualmente es una de las representaciones de Fe más grandes en la parroquia.

Y es así que cada 15 de septiembre reúne a un elevado número de feligreses a celebrar las fiestas en honor a la Santísima Virgen de Las Lajas, convirtiéndose en una actividad programada que permite una visualización de Salinas a nivel provincial.

Figura 14

Virgen de Las Lajas Salinas



4.1.1.1.8 Parques de la parroquia

La parroquia de Salinas cuenta con varios parques de gran importancia a nivel local, ya que más allá de ser lugares de distracción, recreación y esparcimiento; son elementos culturales debido a sus factores históricos relacionados al pueblo afrodescendiente.

Tabla 7

Parques de la parroquia de Salinas

PARQUE DE LOS RITUALES

Está ubicado en la parte centro de la parroquia, es una combinación de ancestral y moderno. Un parque construido con el propósito de realizar los rituales de la parroquia.



PARQUE DEL BARRIO LA FLORESTA

Está ubicado en la parte sur occidente de la cabecera parroquial, es ecológico, con iluminación led lo que permite el ahorro de energía. Además, este parque cuenta con juegos recreacionales con la finalidad de que la población comparta momentos agradables con familiares y amigos de la parroquia.



PARQUE DE LA IDENTIDAD

Es una memoria de todas las épocas de producción en que se ha desarrollado la parroquia. En este lugar se pueden encontrar las letras de la parroquia con fotografías representativas de la cultura, lo cual empodera y revitaliza la identidad salinense.



AMBROSIO MONDONGO

Ubicado en la parte norte de la cabecera parroquial, en el barrio San Martín. Su principal atracción es el busto en honor a Ambrosio Mondongo, un representante de la rebeldía del pueblo afroecuatoriano, ya que en 1789 sin poder soportar los atropellos de sus amos y en honor a su dignidad y libertad se escapa de la hacienda donde era cautivo e incentiva a que otros esclavizados sigan su ejemplo.



PLAZA DEL BUEN VIVIR

Se encuentra en el barrio La Floresta, es un centro de feria, trueque, presentaciones culturales y actividades deportivas, además cuenta con varios locales comerciales que permiten dinamizar las actividades económicas de los emprendimientos de la parroquia.



A continuación, se muestra un resumen de los datos recolectados mediante las fichas de observación, mediante las cuales se evidencia el estado actual de los atractivos turísticos de la parroquia Salinas anteriormente inventariados.

Tabla 8

Resumen de atractivos turísticos de Salinas

ATRACTIVO	PROPIETARIO	INGRESO	SEÑALÉTICA	ESTADO DE CONSERVACIÓN	NECESIDADES IDENTIFICADAS	ELEMENTOS DIFERENCIADORES
Bombódromo Etnocultural "Palenque"	GAD Parroquial Salinas	1 a 2 USD	Adecuada	Bueno	Proyecto detenido	Centro de protección de la cultura y el medio ambiente
Museo de sal "Barro caliente"	GAD Parroquial Salinas	1,50 USD	Regular	Regular	Falta de señalética y material de interpretación	Actividad ancestral de producción de sal
Sala etnográfica "Nuestros ancestros"	GAD Parroquial Salinas	1,50 USD	Regular	Regular	Falta de señalética y material de interpretación	Rescate de la cultura e historia Afrodescendiente
Tolas de sal	GAD Parroquial Salinas	Libre	Inexistente	Malo	En desuso	Contacto con la naturaleza
Estación del ferrocarril	Empresa Ferrocarriles del Ecuador	Cerrado	Adecuada	Malo	En desuso	Importancia del Ferrocarril
Plaza artesanal	Empresa Ferrocarriles del Ecuador	Cerrado	Adecuada	Malo	En desuso	Rescate cultural
Iglesia de la cabecera parroquial	Padre Pablo Flores	Previa autorización	Inexistente	Muy Bueno	Falta de señalética	Leyenda de la Virgen de Las Lajas Misas Afro
Parques de la parroquia	GAD Parroquial Salinas	Libre	Regular	Bueno	Descuido de conservación	Elementos culturales

4.1.1.2 Encuesta a emprendimientos de la parroquia de Salinas

Mediante una encuesta se realizó el levantamiento de los emprendimientos turísticos existentes en la parroquia de Salinas, tomando en cuenta el registro realizado anteriormente por el GAD parroquial siendo los 29 establecimientos encontrados, distribuidos en alimentos y bebidas, hospedaje, artesanías, fincas agrícolas, grupos de danza y música.

La aplicación de este instrumento se realizó en los meses de noviembre y diciembre mediante visitas programadas a cada uno de los emprendimientos. La encuesta se encuentra conformada por once preguntas divididas entre abiertas y cerradas. Se obtuvo información referente, a los datos de contacto del establecimiento, estado actual, inconvenientes presentados, mercado y elementos diferenciadores. Además, esta herramienta permitió conocer el interés que presentan los propietarios en participar de un nuevo modelo de desarrollo turístico a nivel local y su disponibilidad para la aplicación de sistemas de calidad y satisfacción al cliente.

Los datos recolectados se encuentran resumidos en la tabla que se muestra continuación:

Tabla 9

Emprendimientos de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Propietario / responsable	Estado actual	Motivo del cierre (cerrados o parcialmente)	Inconvenientes presentados	Mercado	Capacitación	Aplicación de un sistema de control	Participación en modelo de desarrollo turístico	Elementos diferenciadores
<i>Grupos de danza</i>	Icanti	Carla Lastra	Cerrado	Falta de turistas	Económicos Atención al cliente	Turistas	Liderazgo Atención al cliente	Si	Si	Enfoque cultural Elementos innovadores
	Ianza	María Barahona	Cerrado	Falta de turistas	Económicos Organización	Turistas	Ninguno	Si	Si	Enfoque cultural
	Mandela	Samia García	Cerrado	Falta de turistas	Económicos Organización		Danza	No	No	Representaciones culturales
<i>Grupos de música</i>	Descendencia Africana	Salome Padilla	Funciona con normalidad		Financieros	Turistas	Ninguna	Si	Si	Rescate de la cultura
	Percusión Latina		Funciona con normalidad		Organización	Turistas Pobladores	Entornos musicales	Si	Si	Rescate cultural Presentaciones recurrentes
	Los Cimarrones		Funciona con normalidad		Económicos Organización	Turistas Pobladores	Música	Si	Si	Instrumentos ancestrales
<i>Artesanías</i>	Todo Arte	Graciela Galindo	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Materiales reciclados

Alimentos y
bebidas

Confecciones Palenque	Elsa Lastra	Cerrado	Falta de recursos económicos falta de mercado	Económicos Organización	Turistas	Corte y confección Atención al cliente	Si	Si	Productos únicos en el mercado Productos de rescate cultural
Mujeres Emprendedoras La Floresta	Alexandra Ramos	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Bisutería con elementos de semillas
Artesanías Salinas	María Valencia	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Mariales propios de la zona
Ceraciones Diel	Diana Anangono	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Representaciones de la cultura afro
Locuras Y Detalles	Gemma Pozo	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Pirograbado con detalles afro
Resiarte	Familia Lara	Cerrado	Cierre de la plaza artesanal	Económicos Organización	Turistas	Atención al cliente	Si	Si	Representación de la cultura
Centro Gastronómico Palenque	Gad Parroquial Salinas	Cerrado	Falta de recursos económicos falta de mercado	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Atención al cliente gastronomía	Si	Si	Conservación de las tradiciones ancestrales
Comedor El Buen Sabor	Rosa Ferigra	Funciona con normalidad	—	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Atención al cliente Manipulación de alimentos	Si	Si	Comida típica Calidad de los productos

Parador Las Cañas	Margot Valencia	Funciona parcialmente	Falta de turistas	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Atención al cliente Manipulación de alimentos	Si	Si	Comida típica calidad de los productos
Parador Pedacito De Cielo	Carmen Lara	Cerrado	Falta de turistas	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Ninguna	No	No	Contacto con la naturaleza
Delicias Elvita	Elvia Padilla	Cerrado	Falta de recursos	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Atención al cliente	No	No	Comida tradicional
Parador Nicol	Carlota Espinoza	Cerrado	Falta de demanda	Económicos Estructurales Organización	Turistas pobladores	Atención al cliente	No	No	Variedad de productos
Don De Viquita	Victoria Espinoza	Funciona con normalidad	—	Económicos Estructurales	Turistas pobladores	Atención al cliente Manipulación de alimentos	Si	Si	Variedad de productos Atención personalizada
La Sazón De Jessi	Jessica Ferigra	Funciona con normalidad	—	Estructurales	Turistas Pobladores	Atención al cliente Gastronomía	Si	Si	Variedad de productos Capacitación del personal
Cafetería Del Tren		Cerrado	Cierre de la empresa ferrocarriles	Económicos Estructurales Organización	Turistas Pobladores	Atención al cliente Gastronomía	Si	Si	Venta directa en la estación del tren
La Casa Vieja	Giuseppe Endara	Funciona con normalidad	—	Ninguno	Turistas pobladores intermediarios	Márketing atención al cliente idiomas	Probablemente	Probablemente	Platos típicos Contacto con la naturaleza

	Fritadas Maite	Graciela Ferigra	Funciona con normalidad		Estructurales	Turistas pobladores		Si	Si	Platos típicos
<i>Fincas agroturísticas</i>	Puyaburo	Organización Los Salinenses	Funciona parcialmente	Carencia de infraestructura	Económicos estructurales	Pobladores	Financieros	Si	Si	Contacto con la naturaleza variedad de Productos vestigios históricos
	El Guayabo	Héctor Albares	Funciona parcialmente	Falta de demanda	Económicos Estructurales	Turistas Pobladores	Ninguno	Si	Si	Variedad de actividades
	Campo Alegre	Esperanza Campaña	Funciona con normalidad		Ninguno	Turistas Pobladores	Atención al cliente	Si	Si	Deportes extremos
<i>Hospedaje</i>	El Encuentro		Cerrado	Falta de demanda	Económicos Estructurales	Turistas	Atención al cliente	No	No	Comodidad
	Hospedaje Comunitario Bombódro Palenque	Gad Parroquial Salinas	Funciona parcialmente	Baja afluencia de turistas	Organización	Turistas Pobladores	Márketing atención al cliente	Si	Si	Comodidad y satisfacción al cliente

Con base en las entrevistas realizadas se determina que, de los 29 emprendimientos registrados en la parroquia de Salinas, 16 se encuentran cerrados lo que evidencia el impacto que tuvo el declive del turismo a nivel local que llevó a varios a cerrar sus puertas debido a la falta de clientes, mientras que otros 4 se encuentran abiertos parcialmente; en su mayoría a la mitad de la capacidad. Únicamente 9 funcionan con normalidad.

A pesar de encontrarse cerrados varios emprendimientos consideran reabrir sus puertas si se implementa un modelo de turismo dentro de la parroquia, siendo 23 los que estarían dispuestos a participar de un producto turístico y a su vez estarían de acuerdo en la implementación de sistemas de control de calidad y satisfacción al cliente. Los establecimientos que serían partícipes se encuentran divididos en: 3 de danza, 2 de música, 7 de artesanías, 7 de alimentos y bebidas, 3 fincas agroturísticas y 1 de hospedaje.

Los elementos diferenciadores se han considerado de acuerdo al más representativo de cada uno de los emprendimientos. En este sentido 17 encuestados manifiestan que la conservación de las tradiciones ancestrales es el aspecto que los hace diferentes, siendo entonces el componente de mayor relevancia a nivel local. Por su parte 5 consideran que su diferenciador es la variedad y calidad de sus productos, para 3 es la innovación continua y 2 la comodidad y satisfacción del cliente.

4.1.2 Caracterización de los atractivos y emprendimientos con potencialidades para el desarrollo del turismo sustentable en la parroquia de Salinas.

El objetivo específico dos de la investigación busca caracterizar los atractivos y emprendimientos que presenten potencialidades para desarrollar un modelo de turismo sustentable en la parroquia. Para ello se plantean dos instrumentos que permiten conocer las expectativas de la demanda potencial y compararla con las características identificadas en el objetivo anterior.

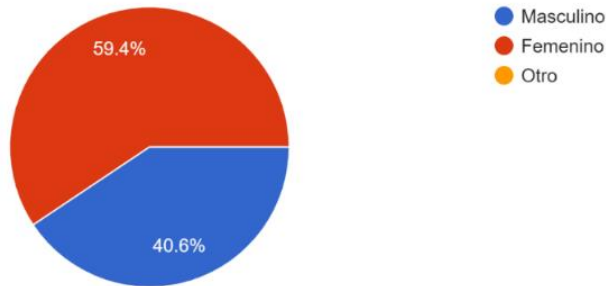
4.1.2.1 Encuesta a turistas potenciales de la parroquia de Salinas

Con el objetivo de conocer las expectativas que presenta la demanda en referencia al desarrollo turístico de la parroquia, se realizó una encuesta en el mes de diciembre a 151 turistas que visitaban Salinas. El cuestionario compuesto por 12 preguntas cerradas que buscaba la recolección de información referente tanto aspectos generales de los visitantes como género, gasto promedio, formas de viajar entre otras como elementos directamente relacionados la parroquia. Esta herramienta de investigación permitió obtener una clasificación promedio del destino y las características más representativas que deben ser la base para el desarrollo turístico a nivel local.

1. Género

Figura 15

Género de turistas potenciales

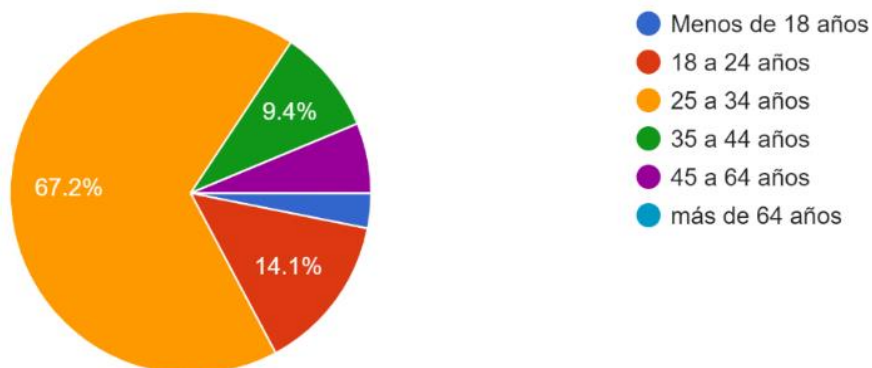


El general de los turistas que visitan la parroquia Salinas no se encuentra marcado por una brecha importante, es únicamente un 10% de mayor representación para el sexo masculino por lo que se debe considerar tanto a hombres como a mujeres como mercado objetivo dentro del proceso de planificación. Es importante que se generen actividades que puedan ser desarrolladas por todas las personas sin distinción de género.

2. Rango etario

Figura 16

Rango etario de turistas potenciales



El rango etario predominante es de 25 a 34 años, por lo que se establece que el perfil de turista es de un público joven. En el proceso de planificación de un nuevo modelo de turismo a nivel local se debe considerar a este tipo de mercado, tomando en cuenta que se trata de personas en edad media podrían realizarse actividades de aprendizaje, enfocadas a la cultura, la aventura y relacionadas con la naturaleza.

3. Motivación del viaje

Tabla 10

Motivación de viaje

Elemento	Calificación promedio
Atractivo cultural	4,34
Gastronomía	4,3
Relajación y salud	4,27
Entretenimiento/Aventura	4,27
Convivencia con familia/amigos	4,2
Contacto con la naturaleza	4,14
Cercanía al destino	4,06
Sostenibilidad del modelo turístico	4,06
Precio	4,05
Interacción social con habitantes	3,75

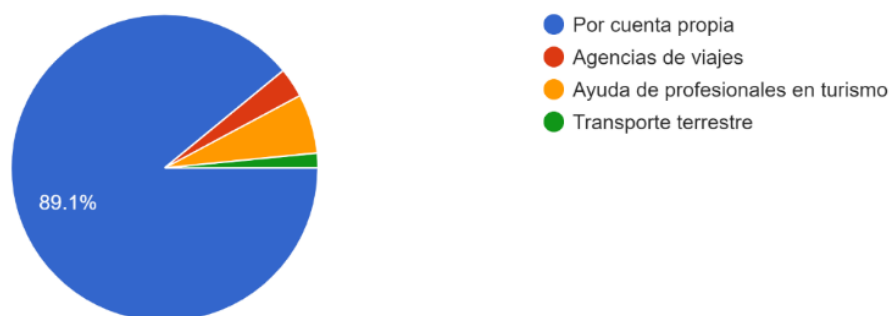
Partiendo de los elementos propuestos dentro de la encuesta, se puede observar que la mayoría son parte importante de la motivación de viaje para el turista que visita Salinas. Sin embargo, los dos principales aspectos son el atractivo cultural y la gastronomía, mismo que deben ser considerados en el proceso de planeación del nuevo modelo de turismo.

Salinas es una parroquia con un gran atractivo cultural, partiendo de la producción ancestral de la sal como su elemento diferenciador como destino. Además, su población en su mayoría afroecuatoriana que presenta una riqueza de tradiciones y manifestaciones, mismas que deben ser considerados en el desarrollo turístico. Por su parte en el aspecto gastronómico cuenta con diversos platos tanto típicos como ancestrales que deben ser potencializados y puestos en valor tales como: sango, dulce de frejol, empanas de dulce, picadillo, entre otros.

4. Forma de viajar

Figura 17

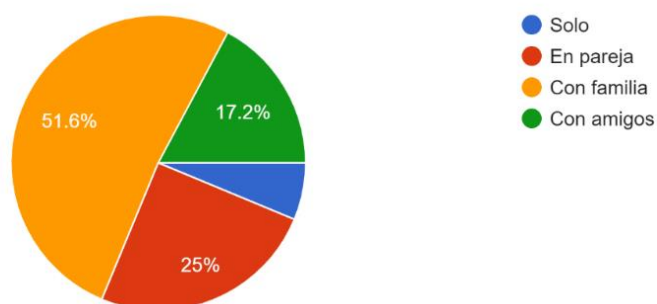
Forma de viajar



La mayor parte de turistas que visitan Salinas lo hacen por cuenta propia, es decir planifican su viaje por sí mismos y lo realizan sin necesidad de intermediarios. Por este motivo se debe implementar un modelo de promoción y comercialización encaminado directamente hacia el consumidor final mediante la promoción por redes sociales y medios tecnológicos.

Figura 18

Forma de viajar turistas



Los datos recolectados en virtud a la forma de viajar, establece que los encuestados comúnmente realizan turismo acompañados de sus familias. Este aspecto permite identificar el tipo de demanda con la que cuenta la parroquia, de este modo se deben generar productos que cumplan con las condiciones necesarias para satisfacer a este segmento.

El turismo familiar se caracteriza porque normalmente son los niños quienes condicionan las vacaciones de los adultos, por lo que es importante desarrollar un modelo que sea atractivo para los más pequeños. En Salinas se establecen espacios que permiten el desarrollo de actividades recreativas como el Bombódromo Palenque que es un atractivo que puede brindar una estancia agradable para toda la familia. Además, el museo de la sal en donde mediante procesos interactivos se puede tener un contacto con la cultura de la parroquia.

5. Gasto promedio durante un día de visita por persona a un destino

Figura 19

Gasto promedio por persona

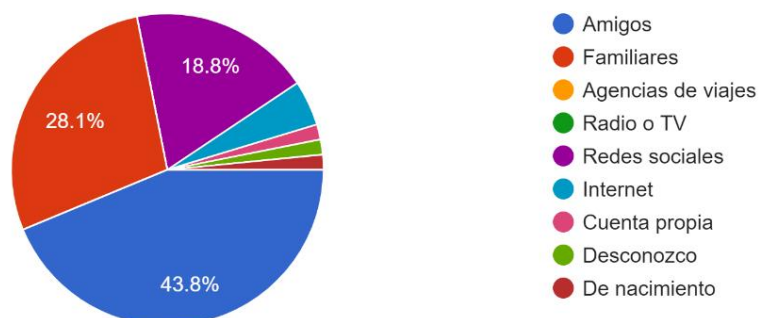


Si bien Salinas es un destino rural relativamente económico, es importante conocer el gasto promedio del turista objetivo. Los datos recolectados permiten conocer que la mayor parte de los visitantes tienen un rango de 10,00 a 30,00 USD destinados para una persona en un día de visita a un destino. Al realizar la creación o adecuación de productos turísticos se deben manejar dentro de esta escala, tomando en cuenta las actividades de mayor relevancia como el museo de sal, Bombódromo Palenque, fincas agroturísticas y gastronomía para adaptarlas a este estándar de precios.

6. Fuente de información sobre la parroquia Salinas

Figura 20

Fuente de información sobre Salinas



La mayor parte de turistas encuestados afirman haberse informado sobre el destino por medio de familiares o amigos, demostrando de esta forma que el esquema de boca a boca

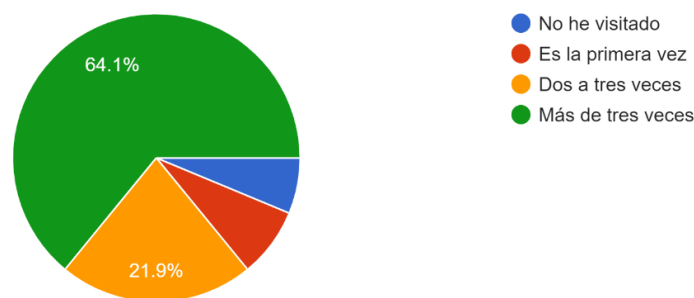
es el elemento por el cual Salinas está siendo conocido. Sin embargo, existe un número considerable de visitantes que conocen la parroquia mediante redes sociales por lo que se debe prestar mayor atención a este medio y utilizarlo para llegar a mayor cantidad de personas.

La tecnología en la actualidad permite un mayor acercamiento entre proveedor y consumidor, lamentablemente Salinas no cuenta con una vinculación directa hacia los clientes. Es por ello que se debería enfocar en una campaña turística en redes sociales y páginas webs mismas que en la actualidad son utilizadas únicamente como medio de información para la población local.

7. Frecuencia de visita a la parroquia Salinas

Figura 21

Frecuencia de visita a la parroquia Salinas



De acuerdo a los datos recolectados se puede identificar que más de la mitad de los encuestados han visitado la parroquia por más de tres ocasiones, evidenciando que es un destino turístico recurrente, que debe ser potencializado para seguir atrayendo más turistas.

En Salinas existen varios lugares de importancia, sin embargo, no se han tomado en cuenta en planificaciones turísticas anteriormente realizadas, motivo por el cual, las actividades que se desarrollan son escasas. Se deben tomar en cuenta todos los atractivos para así contar con oferta variada que siga atrayendo a más turistas e invitando a regresar a los que ya la conocen.

8. Validación de la marca turística (¿Considera usted que la siguiente marca representa las características de la parroquia de Salinas y es adecuada para promocionar el destino?)



Figura 22

Validación de la marca turística



La marca es un elemento que debe ser considerado dentro de la planificación turística, en este sentido el mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionan estar totalmente de acuerdo con la pregunta realizada, es decir consideran que el logotipo que se desarrolló en años anteriores representa las características más relevantes de la parroquia. Esto se

debe a que integra diversos elementos representativos tales como la población afroecuatoriana, el tren, la producción de la sal, la caña de azúcar, entre otros. Además, manifiestan que sería idónea para la promoción ya que es fácil de identificar, recordar y relacionar con el destino.

9. Clasificación del destino

Tabla 11

Calificación del destino turístico

Elemento	Calificación promedio
Atención al cliente	3,5
Higiene y limpieza de los establecimientos	3,5
Hospitalidad de los habitantes	4
Información y señalización de los atractivos	3,5
Servicios de alimentación	2,5
Servicios de hospedaje	2,5
Variedad de la oferta de actividades	2
Calidad de las actividades turísticas	2,5
Vías de acceso	2,5

La calificación promedio de la parroquia como destino con base en los elementos planteados es de 3,15 sobre 5, que podría ser considerada como regular. Los aspectos más favorables son la hospitalidad de los habitantes, atención al cliente e higiene de los establecimientos, que si bien no obtuvieron un puntaje perfecto podría considerarse como bueno. Es importante destacar que en años anteriores se han realizado capacitaciones al personal que presta servicios a los turistas, lo cual se refleja en los datos recolectados, por lo que es importante continuar con este esquema.

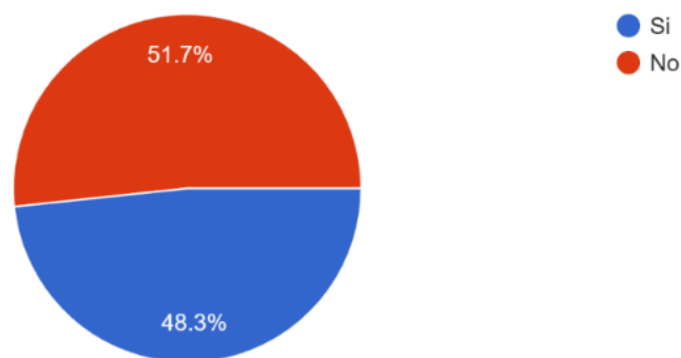
La variedad de las actividades turísticas es el aspecto con menor calificación con un promedio de 2, además la calidad de las que se encuentran disponibles no está en óptimas condiciones, es decir se considera que Salinas no cuenta con una adecuada oferta que permita cumplir con las expectativas de los clientes.

De igual forma los servicios de alimentos y bebidas, así como de hospedaje se encuentran dentro de un promedio de 2,5 que es la mitad de la calificación. Este indicador permite identificar que no se cuenta con la infraestructura necesaria para la satisfacción de la demanda.

10. ¿Ha visitado el museo de sal de Salinas?

Figura 23

Visita al museo de sal



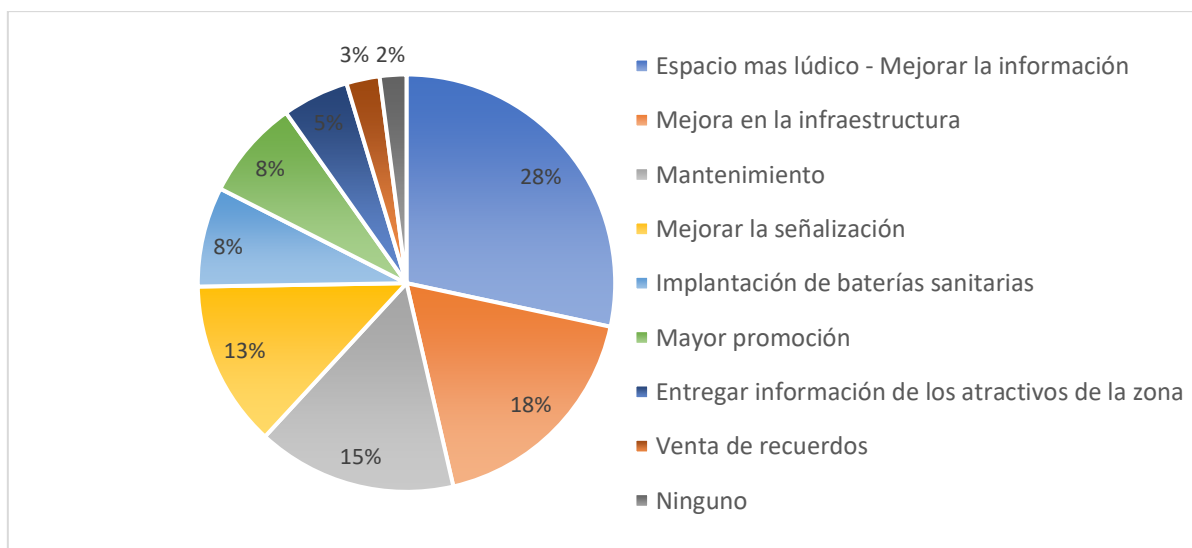
El museo de sal es uno de los atractivos con mayor importancia dentro de la parroquia, siendo considerado su elemento diferenciador. Sin embargo, más de la mitad de los encuestados no lo han visitado. Este indicador permite identificar que no existe una correcta difusión del mismo, además no está siendo tomado en cuenta al momento de planificar las visitas de los turistas al destino.

En un nuevo modelo de turismo se debe tomar al museo de sal como uno de los atractivos de mayor relevancia. Debe estar incluido dentro de los productos para que pueda ser visitado por todos los turistas que se encuentren en el destino.

11. Modificaciones o adecuaciones en el Museo de Sal

Figura 24

Modificaciones o adecuaciones en el Museo de Sal



Un gran número de personas destacan la importancia de hacer del museo un espacio más lúdico e interactivo donde los turistas puedan participar del proceso de la elaboración de la sal, de la mano con la mejora de la información que es compartida por parte de los guías referente a esta práctica ancestral. Es importante también destacar los aspectos de mejoramiento en la infraestructura, mantenimiento y señalética ya que a la vista de los visitantes no es suficiente, debido a que este lugar debería ser uno de los principales atractivos del destino por su importancia a nivel cultural e histórico.

Contar con un museo más interactivo donde los turistas puedan ser parte de la elaboración de la sal, le permitirá a Salinas tener un espacio que atraiga a más visitantes, tomando en cuenta que el segmento de mercado es de carácter familiar y que se encuentra en un rango etario joven. Para ello es importante rediseñar este espacio pasando de ser un lugar de información a un centro de aprendizaje para que las personas tengan un mayor contacto y por ende una mejor experiencia.

12. Principales atractivos culturales y naturales de Salinas

Tabla 12

Calificación a principales atractivos culturales y naturales de Salinas

Atractivo	Calificación promedio
Producción artesanal de sal	4
Bombódromo Palenque	3,5
Tolas de Sal	3,5
Centro Cultural Nuestros Ancestros	3
Iglesia y leyenda de la Virgen de Las Lajas	3
Danza y Música Bomba	3
Eventos programados (fiesta, conciertos, etc)	2,5
Gastronomía local	2
Estación del Ferrocarril de Salinas	2
Rituales ancestrales	2
Competencias deportivas	2

Partiendo de la lista de atractivos turísticos de Salinas proporcionada a los encuestados se puede establecer que la mayor motivación de vista al destino es la producción de la sal, con una calificación de 4 sobre 5. Es evidente que esta actividad ancestral que se ha transmitido de generación en generación entre los pobladores, sigue siendo el principal elemento de esta parroquia, por lo que debería ser considerada como el elemento central en la planificación de un rediseño del modelo turístico.

Con los resultados obtenidos de la encuesta se puede determinar que, si bien el centro del modelo de destino turístico de Santa Catalina de Salinas debería ser la producción de la sal con todos los atractivos que se encuentran vinculados como el museo, las pipas y las tolas, se debe pensar en la integración de los demás elementos de la parroquia. Es importante destacar la valoración de la cultura de la población local, las tradiciones como la danza, música y juegos tradicionales, la ancestralidad del pueblo mediante la gastronomía y medicina y por supuesto la historia del pueblo afroecuatoriano que son los diferenciadores del destino.

4.1.2.2 Entrevista a tour operadoras

Durante el desarrollo de la población y muestra se planeó el acercamiento con a 5 tours operadoras que en años anteriores habían trabajado con la parroquia de Salinas, sin embargo 2 de ellas se encuentran fuera de funcionamiento por lo que dentro de la investigación se consideraron a las tres que aún se encuentran activas. Las entrevistas se realizaron el mes de enero mediante reuniones virtuales con el apoyo de un cuestionario previamente desarrollado compuesto por 4 preguntas abiertas encontrando los siguientes resultados.

Realiza actualmente actividades de turismo relacionadas con la parroquia de Salinas. De ser negativa su respuesta explique los motivos

Tabla 13

Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 1

Respuesta	Análisis
<p>Kleintours</p> <p>No a partir del año 2019 dejamos de realizar turismo en Salinas la principal razón fue una serie de desacuerdos con la administración pública del gobierno parroquial quienes no facilitaron el desarrollo de actividades de turismo en la parroquia.</p>	<p>Todos los entrevistados coincide en que actualmente no realizan actividades de turismo en la parroquia de Salinas. El principal motivo es la dificultad para llegar a alianzas con las autoridades, lo que demuestra que el gobierno parroquial actual no mantiene una gestión adecuada del turismo.</p>
<p>Equinoccial Adventure</p> <p>Lamentablemente no debido a inconvenientes presentados con la empresa Ferrocarriles del Ecuador quienes acapararon la actividad turística en la parroquia. También dejamos de trabajar con Salinas por varias dificultades con el gobierno parroquial.</p>	
<p>Intipungo</p> <p>La verdad en los últimos años no, principalmente por la pandemia sin embargo hemos estado en contacto después de la pandemia con las autoridades de la parroquia para poder volver a trabajar conjuntamente pero no ha existido una respuesta positiva y en Salinas el turismo ha decaído mucho y tienen que trabajar en mejorar y retomar la actividad.</p>	

Cuál considera usted es actualmente la mayor dificultad que presenta Salinas para el desarrollo del turismo

Tabla 14

Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 2

Respuesta	Análisis
<p>Kleintours</p> <p>La gestión del turismo no se está trabajando como le mencionaba desde el año 2019 que el abogado Raúl Maldonado y su equipo de trabajo salió de la administración pública el turismo en Salinas decayó completamente y luego se le sumo la pandemia y lo que hizo el gobierno cerrar ferrocarriles.</p>	<p>Los entrevistados coinciden que la mayor dificultad a nivel turístico que presenta Salinas se debe a una mala gestión de la actividad por parte de las autoridades. De igual forma a que las actividades no se encuentran correctamente diseñadas por lo que se considera que se debería tener un mejor enfoque global del modelo turístico.</p>
<p>Equinoccial Adventure</p> <p>No están bien diseñadas las actividades, no tienen un elemento que les diferencie por ejemplo lo de la Sal es super interesante pero no le están dando el aprovechamiento que se merece. El presidente de la parroquia no se pone las pilas antes sí, se veía como Salinas hablaba de cultura, pero desde que se cambió de administración la verdad que todo ha ido para peor.</p>	
<p>Intipungo</p> <p>La mala gestión desde mi punto de vista lo peor que le ha pasado a Salinas es no contar con alguien que puede direccionar el turismo local</p>	

Desde su punto de vista que elementos naturales y/o culturales presentan un potencial significativo para el desarrollo del turismo

Tabla 15

Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 2

Respuesta	Análisis
<p>Kleintours</p> <p>Varios Salinas tiene mucho potencial, por nombrar algunos estaría el museo de la sal y todo lo relacionado con la sal ese es un buen atractivo de la parroquia, también la música y la danza sin duda se deben tomar en cuenta además podría decir que lo del ferrocarril, aunque lo veo más complicado, pero no se en varios lugares están desarrollando algo como bicitrenes es un concepto super interesante que podrían aplicar.</p>	<p>Existe una concordancia de criterios en cuanto a que la producción de la sal es el elemento que mayor potencialidad tiene para el desarrollo del turismo en la parroquia, por su valor cultural. Sin embargo, se le deben añadir los demás elementos naturales y culturales y elaborar un producto innovador, que sea sustentable.</p>
<p>Equinoccial Adventure</p> <p>Como le decía anteriormente la producción de la sal ese es el elemento más fuerte, y sabe que tienen todo para hacer un producto genial. Mire tienen en primer lugar la historia de la parroquia, tienen el museo, las tolas de sal como le digo tiene todo solo les falta agrupar y hacer que funcione eso combinado a la cultura de los afroecuatorianos como la danza y la música sería algo genial.</p>	
<p>Intipungo</p> <p>El museo de sal desde mi punto de vista es uno de los atractivos turísticos más llamativos de Salinas, sin embargo, también debería combinarse con los demás elementos tanto naturales como culturales.</p>	

Si en Salinas se desarrollaría un producto turístico que permita la reactivación económica y sociocultural estaría dispuesto a comercializarlo.

Tabla 16

Entrevista a operadoras turísticas - pregunta 4

Respuesta	Análisis
<p>Kleintours</p> <p>Por supuesto que si sería un gusto poder volver a trabajar con Salinas siempre y cuando exista una adecuada gestión por parte de las autoridades y podamos ayudar a la población como se ha hecho en años anteriores. Nosotros no solo trabajaríamos con comercializar y llevar turistas sino nos gustaría ser parte de esa reactivación, con capacitaciones y todo lo que necesiten cuenten con eso.</p>	<p>Todos los entrevistados resaltan su compromiso de volver a trabajar comercializado un producto turístico de la parroquia de Salinas por lo que se les debe considerar al momento de realizar el producto para que ellos también formen parte del mismo.</p>
<p>Equinoccial Adventure</p> <p>Si claro nosotros siempre encantados de trabajar con Salinas es muy chévere visitar la parroquia lo único que si sería importante es que se llegue acuerdos para que exista beneficios para toda la población</p>	
<p>Intipungo</p> <p>Claro que si como le decía nosotros sí hemos estado en contacto, pero lamentablemente no se ha podido llegar a nada, pero si hay algo nuevo y una mejor gestión con quien podamos lograr trabajar nosotros gustosos.</p>	

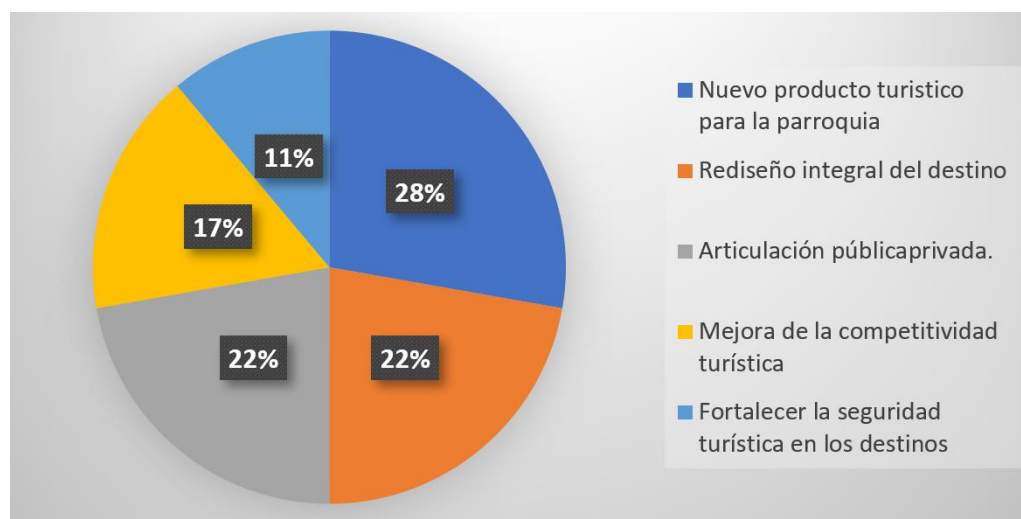
4.1.3 Diseño de estrategias de turismo sustentable que promuevan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas.

Con el propósito de recolectar información que permita el desarrollo de estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y socio-cultural de la parroquia de Salinas propuesto en el tercer objetivo de la investigación, se realizaron entrevistas a cuatro profesionales de turismo y autoridades de la parroquia.

La entrevista fue realizada en reuniones con cada uno de los participantes el mes de enero con un cuestionario conformado por ocho preguntas, donde la principal hace referencia a **“desde su punto de vista cuáles serían las estrategias necesarias para la reactivación del turismo en Salinas”**, de esta manera se buscan ideas innovadoras que permitan el desarrollo del turismo local. Con el análisis de las respuestas presentadas por los entrevistados se encontraron los siguientes resultados.

Figura 25

Estrategias de reactivación



Se puede inferir que las alternativas con mayor porcentaje son las más viables, ya que van de la mano con lo mencionado tanto por las operadoras de turismo como por los turistas potenciales. Salinas necesita un rediseño de destino con un nuevo producto turístico que permita el mayor aprovechamiento de sus potencialidades. Para ello se debe contar dentro de las actividades a ser realizadas el mejoramiento de la infraestructura de los atractivos, la evolución constante a emprendimientos y la capacitación continua.

Además, es importante recalcar la estrategia de la articulación público privada que podría realizarse mediante una organización de gestión de destino (OGD) que permita un trabajo conjunto entre los emprendimientos, las operadoras de turismo y las autoridades parroquiales. La gestión del destino está considerada como uno de los puntos negativos con mayor representatividad dentro de la parroquia y una OGD podría ser la solución.

Los expertos manifiestan que la actividad turística en Salinas debería estar encaminada hacia la producción de la sal que es uno de los elementos culturales más importantes dentro de la parroquia. Además, se expresa la necesidad de integrar a las fincas agroturísticas a este esquema, ya que es una forma de incrementar los atractivos y dinamizar la actividad.

Además, es importante contar con un esquema de comercialización y promoción, mismo que se puede desarrollar con el acompañamiento de las operadoras de turismo que manifestaron su interés por trabajar en la parroquia, mediante alianzas estratégicas con las mismas. De igual forma dentro de este aspecto se debe tener en cuenta la recuperación de la marca turística como elemento de posicionamiento en el mercado.

4.2. DISCUSIÓN

Una vez realizado el análisis de los resultados, tanto de las encuestas como de las entrevistas corresponde contrastarlos con la información expuesta en trabajos anteriores. Es importante destacar el concepto de turismo sustentable que plantea la OMT (2004) “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (párr. 1). Teniendo en cuenta esta definición se consideran viables las estrategias que plantea la presente investigación, ya que buscan el aprovechamiento de los recursos sin sobreexplotarlos, a la vez que brinda una mejor calidad de vida para la población.

Este estudio enfatiza la importancia de mejorar la calidad de los servicios y del cuidado medioambiental. Con respecto a este tema, el trabajo de López (2019) coincide en que es importante la atención y el servicio que se brinde al turista, sea de primera y de calidad, ya que este tendrá una respuesta positiva, el cual ayudará a tener mayor afluencia turística, en donde el oferente debe comprometerse a trabajar con responsabilidad, y respeto, garantizando el servicio prestado. Se debe hacer énfasis en que la actividad turística rural sostenible resulta necesaria para mantener informada a la comunidad sobre los problemas ambientales que sufre, con la finalidad de buscar soluciones y mitigar posibles impactos.

Es importante destacar las estrategias de carácter económico planteadas por la COMMCA y SITCA, (2021) dentro de las cuales se destaca la creación de organizaciones de gestión de destino como principal elemento para el trabajo interinstitucional del turismo. Además, del fortalecimiento de emprendimientos y la capacitación continua para que puedan

generar fuentes de ingresos económicos que permitan mejorar la calidad de vida de la población local.

Según el trabajo de Robayo (2020) el principal propósito de esto es que los habitantes de las comunidades participen en las decisiones con respecto al desarrollo del turismo en su localidad. Además, pueden trabajar con los empresarios permitiendo el desarrollo local y la ampliación de las oportunidades de trabajo, al igual que enfocarse en el crecimiento de la población a nivel de aptitudes y mejoras de vida. En este caso la presente investigación señala el turismo sustentable trae beneficios a la parroquia de Salinas pues permite el desarrollo de la producción, la economía y alza la valoración del sitio tanto a nivel nacional como internacional.

Por su parte Sntaxi (2019) sostiene que una adecuada reactivación turística sociocultural “implica conocer de manera acertada los elementos propios de una población, así como la revalorización de los rasgos que les permiten conocer su identidad” (p. 27). En Salinas se busca reactivar el turismo con base en la revalorización de su cultura mediante un adecuado aprovechamiento de un elemento ancestral tan importante como es la producción de la sal. En años anteriores en la parroquia mediante el turismo se estaba consiguiendo un apropiamiento por parte de la ciudadanía de su cultura y tradiciones y es precisamente eso lo que busca la presente investigación, lograr que el pueblo afroecuatoriano residente de la parroquia de Salinas vuelva a tener ese orgullo de su cultura y la valore como lo que es: un patrimonio.

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1.DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El tercer objetivo específico de la presente investigación plantea establecer estrategias de turismo sustentable que promuevan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas, mismas que fueron planteadas en base a los resultados obtenidos del trabajo de campo y contrastados con la bibliografía existente.

La investigación de campo evidenció el declive de la actividad en la parroquia a partir del año 2020 cuando el turismo en Salinas decayó conllevando el cierre de varios emprendimientos y el deterioro de atractivos turísticos.

Visualizando la situación actual se encontraron doce atractivos turísticos principales ubicados en la cabecera parroquial, que presentan cualidades para el desarrollo de turismo sustentable. Además, se cuenta con veintitrés emprendimientos de danza, música, artesanías, alimentos y bebidas, hospedaje y fincas agroturísticas que están dispuestos a participar en un modelo de desarrollo turístico en la parroquia.

Las encuestas realizadas a turistas y las entrevistas a tour operadoras y profesionales de turismo arrojan que las estrategias más viables para la reactivación del turismo en Salinas son: el rediseño integral del destino mismo que de acuerdo a la demanda se debería efectuar con un enfoque cultural encaminado a la producción ancestral de la sal.

Otra estrategia importante es el mejoramiento de la administración interna mediante la formación o designación de una organización de gestión integral de destino que permita

una gestión adecuada de la actividad turística dentro de la parroquia. De igual forma es vital diseñar estrategias de comercialización y promoción que logren mejorar el posicionamiento en el mercado de Salinas.

Dichas estrategias fueron integradas en un plan estratégico que permite la formulación de objetivos y las actividades necesarias para lograrlos. Además, este plan podría ser considerado como un instrumento guía para que las autoridades a cargo puedan realizar una reactivación del turismo a nivel local, lo que conlleve a mejoras económicas y socioculturales para la población.

5.2.DISEÑO TÉCNICO DE LA PROPUESTA

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SOCIO CULTURAL DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS – IBARRA – IMBABURA

5.2.1. Misión

Promover el desarrollo turístico sustentable en la parroquia Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, mediante estrategias operativas que sirvan como guía para orientar las acciones de los involucrados en la actividad turística a nivel local, aprovechando el potencial, conservando la identidad cultural del pueblo afroecuatoriano y respetando el medio ambiente para lograr la reactivación económica y sociocultural de la comunidad local.

5.2.2. Visión

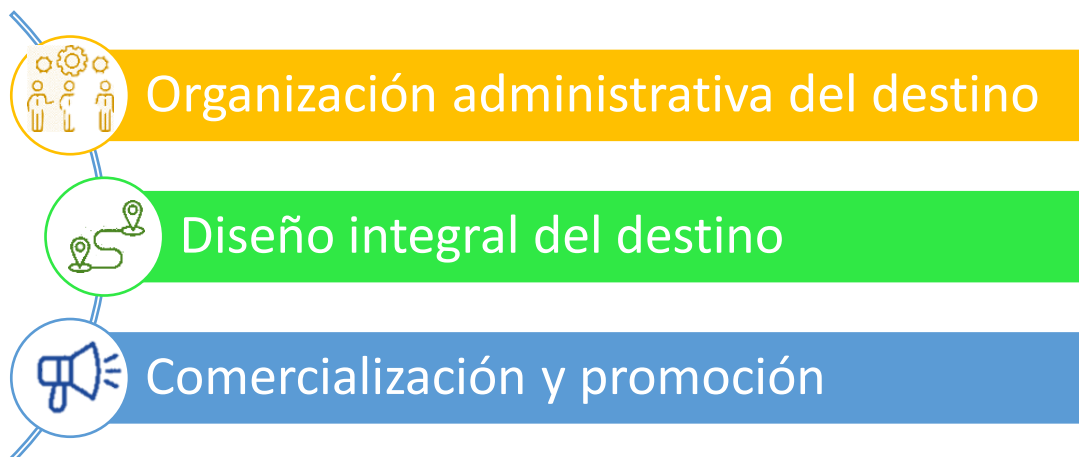
Consolidar a la parroquia Santa Catalina de Salinas como un destino de turismo rural sustentable reconocido a nivel local y nacional, generando fuentes de empleo para sus habitantes, fortaleciendo sus recursos y atractivos, respetando el entorno natural y la diversidad cultural, mediante una administración turística sólida y responsable.

5.2.3. Ejes estratégicos

El presente plan se desarrolla a partir de tres ejes o pilares, mismos que fueron analizados de acuerdo a las estrategias planteadas con base en la investigación realizada. Se encuentran alineados a los principios de sustentabilidad tomando en cuenta los aspectos socioculturales, económicos y ambientales.

Figura 26

Ejes estratégicos



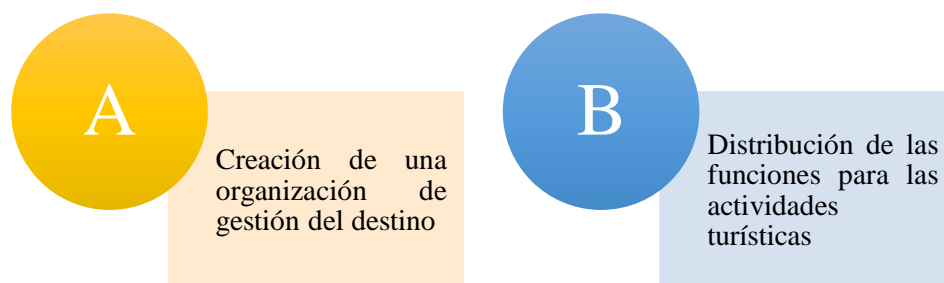
5.2.4. Objetivos estratégicos por cada eje

Los ejes enunciados anteriormente se encuentran encaminados por objetivos y acciones que permiten el desarrollo de turismo sostenible en la parroquia de Salinas, para lograr la reactivación económica y sociocultural del destino.

5.2.4.1.EJE ESTRATÉGICO 1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DEL DESTINO

Figura 27

Objetivos estratégicos eje 1.



A. Creación de una organización de gestión del destino

Uno de los factores que provoca el declive de la actividad turística en la parroquia de Salinas es el cambio de autoridades parroquiales. Existe un aspecto singular en el destino y se debe a que la mayor parte de la infraestructura de los atractivos turísticos son de pertenencia del GAD parroquial, razón por la cual el cambio continuo de administración provoca la paralización y desuso de los mismos.

Por este motivo se considera importante la designación de una organización de gestión de destino (ODG) que permita una administración más organizada y estable del turismo en la parroquia. Es importante destacar que no es necesario crear un ODG desde cero, ya que Salinas cuenta con la ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE GESTIÓN TURÍSTICA, SOCIAL, CULTURAL Y PRODUCTIVA "BOMBÓDROMO PALENQUE" que es una institución creada en el año 2013 y autorizada para su funcionamiento por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria a partir del 22 de abril del 2014.

Esta organización tiene como objetivo principal planificar y emprender actividades de turismo, defensa ambiental y cultural y la comercialización de bienes y servicios artesanales, agroecológicos, medicina tradicional, entre otras similares e integrales que garanticen la soberanía alimentaria y mejoramiento económico, con predominio del trabajo familiar, comunitario y colectivo. La organización comunitaria cumple con los lineamientos de sustentabilidad que permitan un desarrollo adecuado de la actividad turística en la parroquia.

La organización comunitaria trabajó en actividades turísticas en la parroquia desde el año 2015, fecha en la que el Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas entrega en comodato la administración del "Bombódromo Palenque" a favor de esta entidad. En el año 2019 no se llega a un acuerdo con las nuevas autoridades y se elimina el comodato. A partir de esa fecha hasta la actualidad la actividad turística ha venido siendo manejada directamente por el GADPR, lo cual ha conllevado el declive actual del turismo.

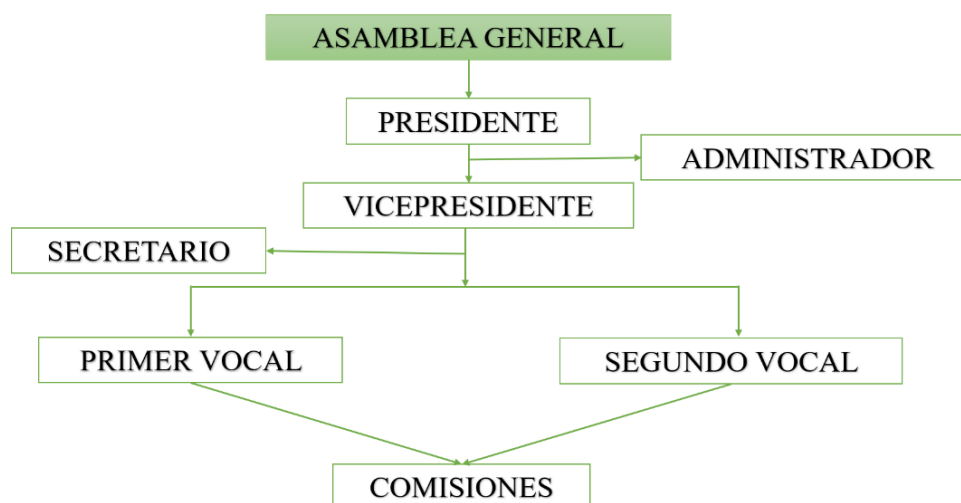
Estructura de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque

El gobierno y la administración de la organización está ejercida por los siguientes órganos: Asamblea general, directorio y comisiones, siendo la asamblea general la mayor autoridad de la entidad que se encuentra constituido por delegados de barrios y comunidades de la parroquia.

El directorio de la organización se encuentra integrado por presidente, vicepresidente, secretario, administrador y dos vocales principales que deberán presidir las comisiones que se creen. Esta creación se realizará de acuerdo a las necesidades que se presenten ante el cumplimiento de los objetivos y será la asamblea general quien las nombre y las designe, pudiendo ser temporales o permanentes y estarán constituidas por tres representantes. La comisión de veeduría y vigilancia será permanente y contará con un representante del GAD Salinas.

Figura 28

Organigrama estructural Organización comunitaria Bombódromo Palenque



Matriz de marco lógico

Tabla 17

Proyecto 1.1.

PROYECTO 1.1. CREACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN DEL DESTINO

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Actores turísticos y población general de salinas

DURACIÓN DEL PROYECTO: 3 meses

COSTO DEL PROYECTO: \$ 4.700 ,00

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN</p> <p>Contribuir a la correcta planificación y administración de la actividad turística en la parroquia Salinas para alcanzar un desarrollo sostenible que dinamice la economía local y ponga el valor la cultura local.</p>	<p>Para finales del año 2023 la parroquia Salinas contará con una OGD en funcionamiento que permita la correcta administración del turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de operaciones de la OGD - Informe de gestión y actividades 	<p>El turismo es uno de los pilares en la nueva matriz productiva a nivel mundial, permite la dinamización económica, el cuidado del medio ambiente y la protección de la cultura</p>
<p>PROPÓSITO</p> <p>Crear una organización de gestión del destino en la parroquia Salinas, para lograr una correcta gestión de la actividad turística mediante la planificación, promoción, regulación y control del desarrollo turístico.</p>	<p>Salinas creará o designará una OGD concediéndole la gestión del desarrollo turístico con fines sustentables.</p>	<p>Informe de OGD disponible en la parroquia</p>	<p>La gestión turística direccionada desde una organización publico privada permite una administración más sólida sin conflictos por dependencia política.</p>

COMPONENTE Designación de la organización comunitaria Bombódromo Palenque como organización de gestión del destino – Salinas	Resolución de la aprobación de designación de la organización comunitaria Bombódromo Palenque como OGD Salinas	Comodato y documentación de alianza publico privada legalizada	La Organización Bombódromo Palenque tiene la experiencia para un correcto manejo de la actividad turística en Salinas.
ACTIVIDADES			
A.1.- Contratación del equipo técnico que se encargue de la evaluación de la organización comunitaria Bombódromo Palenque analizando su potencial para ser designada OGD.	\$ 3.000 ,00	- Asignación de presupuesto para la contratación de equipo técnico - Informe de evaluación	La organización comunitaria Bombódromo Palenque cumple con los parámetros necesarios para ser designada OGD Salinas
A.2.- Inventario de bienes muebles e inmuebles dentro de los atractivos turísticos pertenecientes al GAD Salinas	\$ 1.500 ,00	Inventario de bienes muebles e inmuebles	El GAD Salinas cuenta con inventario de bienes turísticos actualizado
A.3.- Proceso de aprobación en sesión de ordinaria de los miembros de la junta parroquial Salinas para la designación de la Organización Bombódromo Palenque como OGD.	Actividad administrativos sin costo adicional.	Acta de sesión ordinaria donde conste la aprobación de la OGD	La organización comunitaria es designada como OGD del destino Salinas
A.4.- Firma de alianza publico privada y entrega en comodato de los atractivos, recursos, infraestructura y administración de la actividad turística de Salinas a favor de la organización comunitaria Bombódromo Palenque	\$ 200,00	Documentación legalizada de la designación de la Organización Comunitaria para la administración y gestión de la actividad turística de Salinas	Se concede en comodato los bienes turísticos del GAD la organización comunitaria y se la designa como gestora del turismo en Salinas
	TOTAL = \$ 4.700 ,00		

B. Distribución de las funciones para las actividades turísticas

Es importante destacar los integrantes de la actividad turística en la parroquia, mismos que deberán tener funciones designadas, con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible a nivel local y posicionar a Salinas como un destino de turismo rural consolidado.

Figura 29

Integrantes de la actividad turística de Salinas



La distribución de actividades que deben realizar cada uno de los integrantes es vital para la correcta gestión de desarrollo turístico sustentable a nivel local, en el siguiente cuadro se establece las funciones de cada ente turístico:

Tabla 18

Funciones integrantes de la actividad turística

ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA SALINAS			
Organización Comunitaria Bombódromo Palenque	GAD Salinas	Emprendedores	Comunidad local
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión económica, administrativa, financiera, laboral, social de la actividad turística. • Diseñar y ejecutar programas y proyectos en sistemas de producción y comercialización sostenible. • Realizar y participar en ferias de turismo. • Desarrollar las actividades para promover y dinamizar las actividades económicas. • Lograr créditos y financiamiento interinstitucional e internacional. • Rescatar y promover los valores culturales y sociales y medio ambientales. • Evaluar la satisfacción del cliente en los emprendimientos y atractivos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la gestión de la actividad turística a la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque. • Financiar proyectos de interés cultural, ambiental o turístico propuestos por la organización comunitaria. • Supervisar, controlar, evaluar y dar seguimiento a las actividades de gestión turística realizadas por la organización comunitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestación de la oferta turística: <ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento - Alimentación - Danza - Música - Artesanías - Recreación • Capacitarse constantemente en temas asociados a la satisfacción del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un ambiente idóneo para el desarrollo del turismo en la parroquia • Establecer estándares de cultura turística

5.2.4.2.EJE ESTRATÉGICO 2. DISEÑO INTEGRAL DEL DESTINO

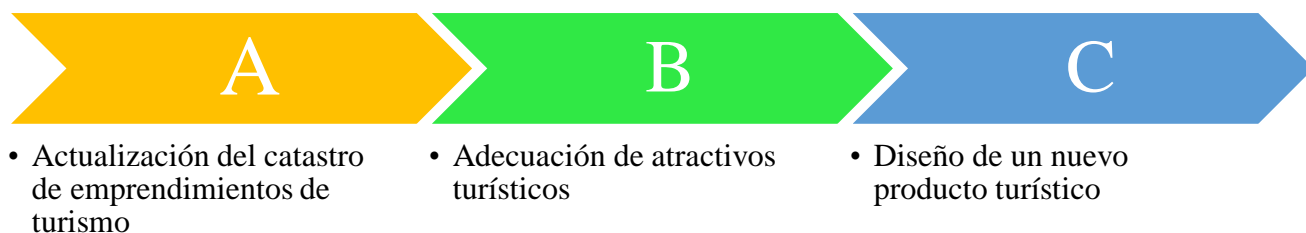
El segundo eje estratégico trata sobre el diseño integral del destino, para lo cual se toman aspectos relevantes del estado de situación actual de la parroquia Salinas. Es importante destacar que se cuentan con 23 emprendimientos turísticos en la parroquia que están dispuestos a participar en un nuevo modelo de desarrollo turístico, mismos que deben ser evaluados de acuerdo con parámetros de calidad que permitan medir su capacidad de satisfacción a los turistas.

La parroquia cuenta con doce atractivos turísticos principales de los cuales dos se encuentran cerrados, siete necesitan de mantenimiento, señalización e instrumentos de interpretación y uno requiere adecuaciones de infraestructura. Es importante destacar que el principal atractivo turístico de la parroquia era el recorrido en tren y con su cierre Salinas pierde este producto por lo que es necesario diseñar un nuevo producto turístico.

Con base al análisis de la situación actual de la actividad turística en la parroquia se establecen tres objetivos estratégicos a ser desarrollados.

Figura 30

Objetivos estratégicos eje 2.



Para el diseño integral del destino turístico se establece la utilización del modelo canvas como herramienta de planificación:

Tabla 19

Modelo Canvas - Destino Turístico Salinas

MODELO CANVAS

Diseñado para:

Destino Turístico Salinas

Diseñado por:

Ing. Lesly Gonzaga

Fecha:

26/01/23

Versión:

1

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno Descentralizado - Parroquial de Santa Catalina de Salinas - Emprendimientos de artesanías, danza, música, alimentos y bebidas, fincas agroturísticas y hospedaje - Tour Operadoras - Párroco de la Parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de atractivos turísticos - Actualización del catastro de emprendimientos de turismo - Diseño de un nuevo producto turístico - Alianzas estratégicas con tour operadoras 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de la oferta turística - Recuperación de la identidad cultural del pueblo afroecuatoriano - Conexión con la naturaleza y entorno ambiental adecuado - Interacción con la comunidad local y su cultura - Recreación y esparcimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia personalizada - Acompañamiento en todo el proceso de compra - Seguimiento post venta 	<p>Perfil del turista: Turista nacional e Internacional Rango etario: de 18 a 34 años Grupos de familias que viajan de manera autónoma Motivación de viaje: Cultura, gastronomía, aventura y contacto con la naturaleza Gasto promedio: entre 10,00 y 30,00 dólares diarios por persona</p>
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Recursos turísticos naturales y culturales de la parroquia Salinas Personal capacitado en áreas de atención al cliente, guianza, gestión económica. Recursos económicos propios Fuentes de financiamiento Recursos tecnológicos de promoción 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tour operadoras - Medios digitales 	
Estructura de costos			Fuente de ingresos	
<p>Costos más importantes y altos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de atractivos turísticos - Diseño de un nuevo producto turístico 			<ul style="list-style-type: none"> - Contribuciones de capital que determine la asamblea general - Donaciones, cesiones y contribuciones a favor de la organización comunitaria - Rentabilidad de sus actividades e inversiones 	

A. Actualización del catastro de emprendimientos de turismo

El GAD Salinas cuenta con un catastro emprendimientos turísticos que fue realizado en el año 2015, mismo que se encuentra desactualizado. Mediante la investigación de campo se recolectó la información necesaria para realizar un nuevo registro, tomando en cuenta la nueva realidad de la parroquia.

En el registro que se encuentra se establecen 29 emprendimientos, sin embargo, varios de ellos actualmente están cerrados y no cuentan con las condiciones necesarias para volver a funcionar. Además, se evaluaron las características con las que cuentan los establecimientos para verificar que puedan formar parte de la oferta de un nuevo modelo de turismo sustentable.

El nuevo catastro se encuentra integrado por 23 establecimientos, los cuales se muestran continuación con su respectiva calificación de calidad y de los aspectos necesarios para el desarrollo de turismo sustentable en el destino.

Tabla 20

Emprendimientos turísticos de la parroquia Salinas

TIPO	NOMBRE	PROPIETARIO / RESPONSABLE	CALIFICACIÓN
<i>Grupos de danza</i>	Icanti	Carla Lastra	Bueno
	Ianza	María Barahona	Bueno
	Descendencia Africana	Salome Padilla	Excelente
GRUPOS DE MÚSICA	Percusión Latina	Eugenio Espinoza	Excelente
	Los Cimarrones	Anderson Mena	Muy Bueno

ARTESANÍAS	Todo Arte	Graciela Galindo	Muy Bueno	
	Confecciones Palenque	Elsa Lastra	Muy Bueno	
	Mujeres Emprendedoras La Floresta	Alexandra Ramos	Muy Bueno	
	Artesanías Salinas	María Valencia	Bueno	
	Ceraciones Diel	Diana Anangono	Bueno	
	Locuras Y Detalles	Gemma Pozo	Bueno	
	Resiarte	Familia Lara	Muy Bueno	
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	Centro Gastronómico Palenque	Gad Parroquial Salinas	Muy Bueno
		Comedor El Buen Sabor	Rosa Ferigra	Muy Bueno
Parador Las Cañas		Margot Valencia	Muy Bueno	
Don De Viquita		Victoria Espinoza	Bueno	
La Sazón De Jessi		Jessica Ferigra	Muy Bueno	
Cafetería Del Tren			Muy Bueno	
Fritadas Maite		Graciela Ferigra	Muy Bueno	
FINCAS AGROTURÍSTICAS		Puyaburo	Organización Los Salinenses	Muy Bueno
	El Guayabo	Héctor Albares	Muy Bueno	
	Campo Alegre	Esperanza Campaña	Muy Bueno	
HOSPEDAJE	Hospedaje Comunitario Bombódromo Palenque	Gad Parroquial Salinas	Muy Bueno	

La ficha de evaluación dispuesta a continuación fue aplicada a todos los establecimientos, permitiendo analizar y evaluar cada uno. Es importante que durante el funcionamiento de la actividad turística en Salinas se continúe realizando una evaluación continua para los establecimientos, con el objetivo de plantear medidas correctivas.

Tabla 21

Ficha de evaluación de emprendimientos turísticos

EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS – SALINAS

Nombre del emprendimiento: _____

Tipo de actividad: _____ Capacidad: _____

Dirección: _____

Propietario: _____ Teléfono: _____

FICHA DE EVALUACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

VARIABLE	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
IMAGEN DEL NEGOCIO	Logo – Marca					
	Infraestructura					
	Conectividad					
	Publicidad					
	Señalética					
HIGIENE	Limpieza del establecimiento					
	Higiene del personal					
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	Atención al cliente					
	Tradición / Innovación					
	Control en el proceso de elaboración					
	Capacitación del personal					
CLIMA LABORAL	Condiciones físicas					
	Liderazgo					
	Organización					
	Implementos de trabajo					
SOCIOCULTURAL	Fomento de la cultura e identidad					
	Integración de la población local					
	Mecanismos de retribución social					
AMBIENTALES	Correcto manejo de residuos					
	Sistema de compensación ambiental					

La evaluación de los establecimientos tiene como finalidad identificar las necesidades de cada uno lo que permitirá proponer sistemas de mejora y corregir falencias. A continuación se muestra la tabla de valoraciones de acuerdo con la calificación obtenida por cada establecimiento.

Tabla 22

Calificación de emprendimientos turísticos

CALIFICACIÓN	VALORACIÓN	ACCIÓN
Excelente	81 - 100 puntos	Sostenibilidad del negocio
Muy Bueno	61 – 80 puntos	Fortalecimiento del negocio
Bueno	41 – 60 puntos	Organización del negocio
Regular	21 – 40 puntos	Implementación de sistemas de control y medidas correctivas
Malo	0 – 20 puntos	Reestructuración del negocio

- **Sostenibilidad del negocio:** Aplicable para negocios que tiene un alto porcentaje de cumplimiento de los estándares preestablecidos por lo que debe mantenerse.
- **Fortalecimiento del negocio:** Emprendimientos que si bien cumplen con varios parámetros y expectativas pueden ser fortalecidos en los puntos más bajos.
- **Organización del negocio:** Son emprendimientos que se encuentran en un punto medio que pueden prestar servicios, sin embargo, necesitan organizarse de mejor forma para cumplir con los parámetros establecidos.
- **Implementación de sistemas de control y medidas correctivas:** Estos emprendimientos necesitan implementar un sistema de control y medidas de corrección en cada uno de los parámetros con calificación insuficiente.
- **Reestructuración del negocio:** Son negocios que no cumplen con los estándares mínimos necesarios por lo que se debe realizar una reestructuración integral del emprendimiento mediante un sistema de control que permita el cumplimiento de los parámetros preestablecidos.

B. Adecuación de atractivos turísticos

Para el desarrollo de un destino turístico sostenible, es una actividad primordial adecuar los recursos naturales y culturales para que se encuentren en las condiciones idóneas al recibir el flujo de turistas planificado. Durante la investigación previa se detectaron diversas falencias en los atractivos turísticos de la parroquia Salinas, por lo que es vital contar con un plan que permita mejorarlos y acondicionarlos. Entre las principales necesidades que abarca este proyecto de adecuación de atractivos turísticos se encuentran:

Tabla 23

Necesidades de los atractivos turísticos

ATRACTIVO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	NECESIDADES IDENTIFICADAS
Museo de sal “Barro caliente”	Regular	Señalética Insuficiente Material interpretativo insuficiente Falta de espacios de carácter interactivo
Tolas de sal	Malo	No cuenta con señalética No cuenta con material interpretativo
Plaza artesanal	Malo	Se encuentra cerrada
Iglesia de la cabecera parroquial	Muy Bueno	Falta de señalética y material interpretativo
Parques de la parroquia	Bueno	Carencia de señalética

Este proyecto debe contar con el financiamiento del GAD parroquial, además la organización comunitaria deberá buscar otras fuentes, ya que es uno de los más costosos debido a todas las necesidades que prestan los atractivos.

Este objetivo estratégico se encuentra dividido en dos proyectos principales:

Proyecto 2.1. Mejoramiento y adecuación del Museo de Sal Barro Caliente

La producción de la sal en la antigüedad era la principal fuente de empleo para los pobladores de la parroquia Salinas, siendo comercializada a diferentes lugares de la provincia y el país. Además, se consideraba como una moneda de cambio mediante el trueque para el intercambio con productos alimenticios como frejol.

También es importante rescatar la producción de la sal en la parroquia, no precisamente con fines económicos sino más bien, para darle un valor cultural como una costumbre y tradición de los antepasados, lo cual contribuye al rescate de la identidad y puede ser fomentado como un atractivo turístico. Es así que se cuenta con el Museo de Sal Barro Caliente el cual está destinado a la puesta en valor de esta actividad.

Durante la investigación de campo se notaron diversas falencias en este lugar que no está siendo aprovechado de la mejor manera. Para dar solución a estos aspectos detectados mediante la ficha de observación y expresados por parte de los turistas potenciales se pretende realizar las siguientes acciones:

- Mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura existente
- Diseño museográfico con material interpretativo
- Taller interactivo de la producción de la sal

Actividad 1. Mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura existente

El museo se encuentra ubicado en la cabecera parroquial, en el barrio San Miguel. Cuenta con una extensión de 2600 m² aproximadamente en el cual se dispone una sala de exposición de 42 m², además se encuentra las pipas de sal, lugar de donde se la extrae mediante el proceso de filtración, la cocina donde se prepara la mezcla de agua salada y se elaboran las hormas y se culmina con el proceso de elaboración. Su infraestructura es de bahareque, es decir con armadura de carrizo y recubierto de barro, este material era usado para la construcción de casas en la antigüedad por lo que se está rescatado esta forma de construcción.

Figura 31

Estado actual del museo de sal



Si bien en el museo de sal tiene condiciones adecuadas de infraestructura se necesita realizar la reconstrucción de parte de la fachada que se encuentra desprendida y el mantenimiento de los espacios exteriores los cuales se encuentran llenos de hierba y maleza dando un aspecto de descuido del atractivo.

Para ello se requiere contratar personal que pueda encargarse de los trabajos mencionados. Los materiales necesarios para la reconstrucción en la infraestructura son principalmente carrizo, barro y agua, mismos que se obtiene del entorno natural por lo que no requieren de inversión económica y no se encuentran considerados dentro del presupuesto asignado para esta actividad.

Tabla 24

Presupuesto de mejoramiento y mantenimiento del museo de sal

PRESUPUESTO DE MEJORAMIENTO Y MANTENIMIENTO DEL MUSEO DE SAL

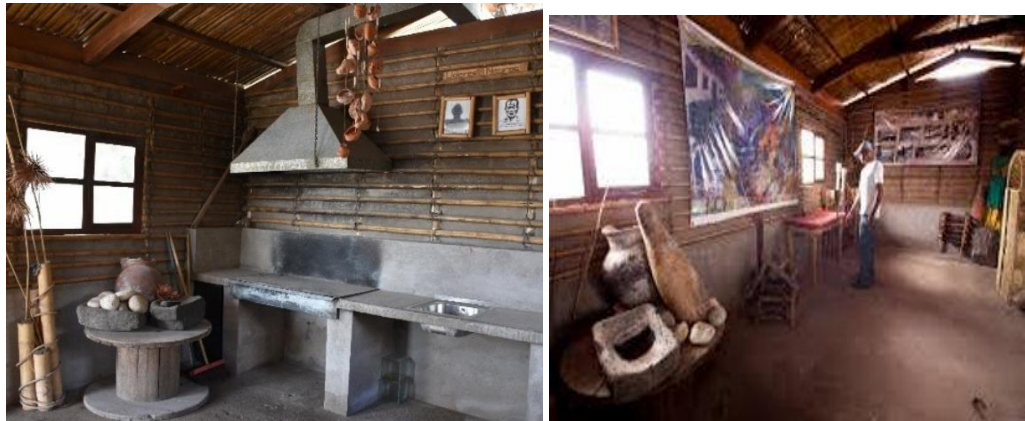
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
12	Días de trabajo	20,00	240,00
2	Herbicida	25,00	50,00
TOTAL			290,00

Actividad 2. Diseño museográfico con material interpretativo

La sala de exposiciones que cuenta con un área de 42 m² actualmente expone en un cartel con fotografías el proceso de elaboración de la sal, acompañado de ciertas piezas que, si bien evocan la cultura ancestral afroecuatoriana, no están directamente relacionadas con la actividad en exhibición. La exposición es muy poco lúdica y además el material interpretativo es escaso por lo que se requiere necesariamente la presencia de un guía para poder comprender las piezas y el proceso.

Figura 32

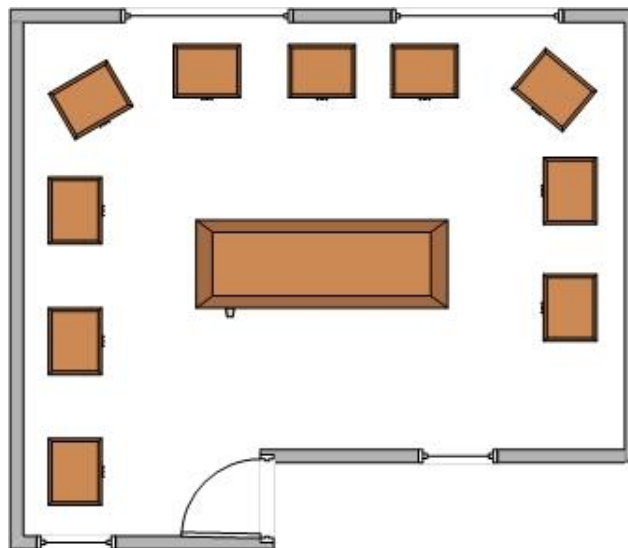
Estado actual de la sala de exposiciones - Museo de sal



Mediante esta propuesta se busca hacer de esta sala un lugar más lúdico y autoguiado que permita a los turistas conocer y comprender de una forma más atractiva y fácil el proceso que conlleva la producción de la sal.

Figura 33

Diseño museográfico de la sala de exposiciones - Museo de Sal



La sala de exposiciones se la divide en 10 estaciones que conforman el proceso de elaboración de la sal. Se colocarán vitrinas en las que se propone establecer figuras de cerámica con cada uno de los pasos, estas artesanías serán elaboradas por las artesanas de

la parroquia. Además, se colocará una cédula en cada dónde conste una explicación breve de la fase.

Figura 34

Ejemplo de vitrina con artesanía del proceso de elaboración de sal



En el centro de la sala se dispone una vitrina en la cual se colocará la pieza principal de la exposición. Un conjunto de hormas de sal que estarán acompañadas de fotografías de los antepasados que eran personajes importantes en esta actividad.

Figura 35

Pieza principal de la exhibición



El presupuesto necesario para este proyecto conlleva la adquisición del mobiliario necesario y las artesanías.

Tabla 25

Presupuesto del diseño museográfico de la sala de exposiciones

PRESUPUESTO DEL DISEÑO MUSEOGRÁFICO DE LA SALA DE EXPOSICIONES

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
10	Vitrina de exposición	125,00	1.250,00
1	Vitrina principal	280,00	280,00
2	Infografías – proceso de producción de la sal	300,00	600,00
10	Retratos de ancestros	20,00	200,00
10	Cedulas interpretativas	80,00	800,00
10	Figuras de cerámica	35,00	350,00
TOTAL			3.480,00

Actividad 3. Taller interactivo de la producción de la sal

En la actualidad los guías relatan el proceso de elaboración de la sal utilizando fotografías y las pipas que se encuentran dispuestas en la parte externa de la sala de exposiciones. Sin embargo, este proceso no es llamativo para los turistas y no expresa la verdadera importancia de esta actividad.

Figura 36

Guianza actual del museo de sal

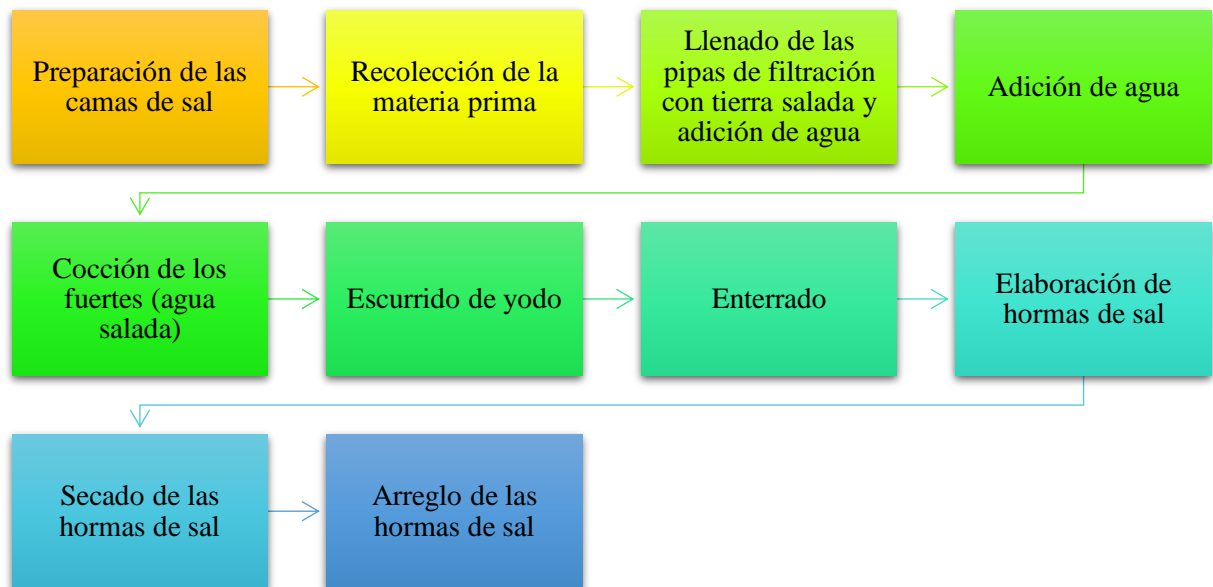


Se propone que los sábados y domingos siendo los días en los que existe mayor afluencia de visitantes, se establezcan talleres de la producción de la sal. Mismos que serán

realizados por una persona que conoce de todo el proceso, y los turistas podrán participar y ayudar con cada fase involucrándose directamente y teniendo un mayor aprendizaje.

Figura 37

Etapas de la elaboración de la Sal



El presupuesto que se planifica para este proyecto incluye los honorarios de las dos personas encargadas de la elaboración de la sal y de la realización del taller para tres meses de labores.

Tabla 26

Presupuesto de talleres interactivos

PRESUPUESTO DE TALLERES INTERACTIVOS

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
25	Honorarios profesionales	40,00	960,00
	TOTAL		960,00

Matriz de marco lógico

Tabla 27

Proyecto 2.1.

PROYECTO 2.1. MEJORAMIENTO Y ADECUACIÓN DEL MUSEO DE SAL BARRO CALIENTE

<p>BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Actores turísticos y población general de Salinas</p> <p>DURACIÓN DEL PROYECTO: 6 MESES</p> <p>COSTO DEL PROYECTO: \$ 4.730,00</p>			
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN</p> <p>Contribuir al desarrollo sustentable y competitivo del turismo en la parroquia Salinas y la valoración del patrimonio cultural mediante el mejoramiento del museo de sal Barro Caliente, para una experiencia interactiva y satisfactoria de aprendizaje.</p>	<p>Para finales del año 2023 la parroquia de Salinas contara con un museo interactivo que permita poner en valor la elaboración ancestral de la sal.</p>	<p>Museo de sal con todas las adecuaciones completas</p>	<p>Los museos son una de las formas más eficientes para salvaguardar y valorar el patrimonio cultural y la memoria colectiva.</p>
<p>PROPÓSITO</p> <p>Convertir al museo de sal Barro Caliente en un referente del turismo cultural para promocionar la diversidad de conocimiento y el patrimonio cultural de la parroquia Salinas.</p>	<p>Museo interactivo de producción de la sal</p>	<p>Informe de funcionamiento del museo de sal</p>	<p>Los muesos interactivos permiten a los visitantes una mejor comprensión de la información siendo así más atractivo para el turista.</p>

COMPONENTE Adecuación, mejoramiento y mantenimiento del museo de sal Barro Caliente	Resolución de adecuaciones, mejoramiento y mantenimiento del museo de sal Barro Caliente	Documentación de las actividades realizadas.	Las adecuaciones, mejoramiento y mantenimiento planificados son suficientes para convertir al museo en un lugar adecuado e interactivo para los turistas.
ACTIVIDADES			
A.1.- Mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura existente	\$ 290,00	<ul style="list-style-type: none"> - Informe de actividades realizadas - Rol de pagos o facturas de personal contratado 	Se realiza el mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura existente en el museo de sal
A.2.- Diseño museográfico con material interpretativo	\$ 3480,00	<ul style="list-style-type: none"> - Facturas de compra de vitrinas y artesanías - Informe de instalación de espacios - Informe museográfico 	Se realiza el diseño museográfico planificado lo que hace al museo más lúdico y autoguiado y permite la mayor afluencia de turistas a la parroquia.
A.3.- Taller interactivo de la producción de la sal	\$ 960,00	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato de prestación de servicio de persona encargada de impartir los talleres - Informe de talleres 	Se imparten talleres de la producción de la sal donde los turistas pueden participar.
TOTAL = \$ 4.730,00			

Proyecto 2.2. Sistema de señalética turística para los atractivos principales de la parroquia Salinas – Ibarra

Mediante el diagnóstico de la situación actual de los atractivos turísticos se determinaron diversas falencias en los mismos, una de ellas es la carencia de señalética de sitio y material interpretativo. Se pretende la colocación de las mismas de acuerdo a las necesidades de cada uno de los espacios, tomando en cuenta las regulaciones del Manual de Señalización Turística elaborado por el MINTUR, en el año 2020. Se establece que las dos opciones más adecuadas para la parroquia son el tótem de sitio y el tótem de atractivo. Para este propósito se diseña la siguiente tabla donde se especifica el lugar y el tipo de señalética a ser colocado.

Tabla 28

Distribución de señalética turística

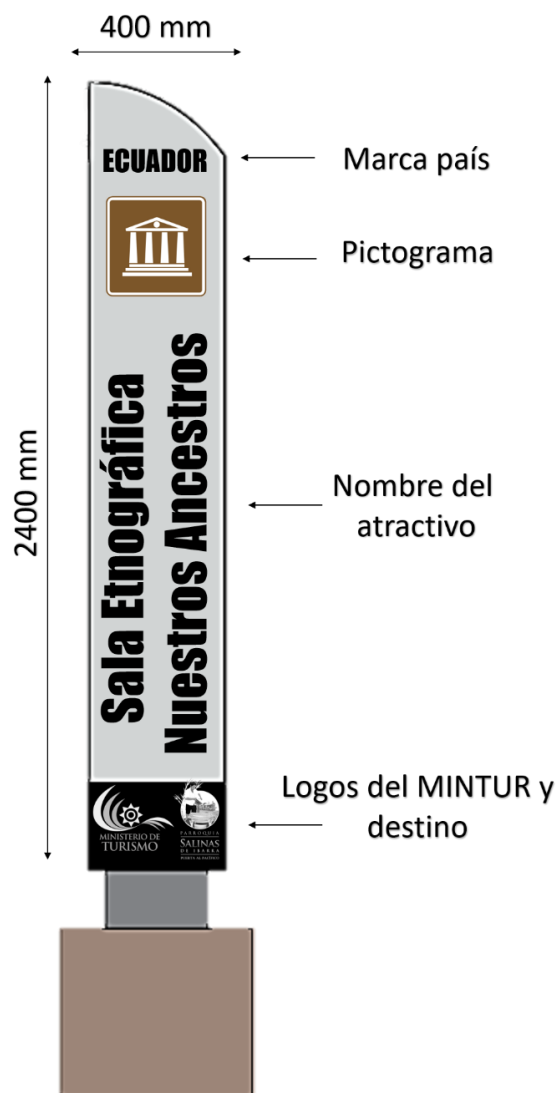
ATRACTIVO TURÍSTICO	TÓTEM DE SITIO	TÓTEM DE ATRACTIVO TURÍSTICO
Museo De Sal		1
Sala Etnografía	1	
Tolas De Sal		1
Iglesia De La Cabecera Parroquial		1
Parque De La Identidad		1
Parque De Los Rituales	1	
Parque La Floresta	1	
Plaza Del Buen Vivir	1	
Parque Ambrosio Mondongo	1	

Tótem de sitio

Se usa para la identificación del atractivo, sus dimensiones según la regulación nacional son de 2400 x 400 mm. Se encuentra compuesto por: en la parte superior la marca país en color negro, seguido por un pictograma de identificación del sitio y el nombre del atractivo en color negro, en la parte inferior se deberá colocar con fondo negro el logo del destino. (Ministerio de Turismo , 2022, p. 153).

Figura 38

Ejemplo de tótem de sitio



Tótem de atractivo

Se ubicarán en atractivos turísticos representativos los cuales se detallan en la tabla anterior. Sus dimensiones serán de 2400 x 1200 x 200 mm. Estarán compuestos por dos lados cada uno dividido en secciones.

Lado A: El tótem se dividirá en tres secciones claramente identificadas

- Sección 1: En la parte superior, de color blanco donde se colocará la marca país a color
- Sección 2: Estará compuesta por una fotografía del atractivo y el nombre del mismo.
- Sección 3: Se ubicará en la parte inferior, la marca del destino a color y acompañado del logo de la entidad ejecutora y/o inversores del proyecto (Ministerio de Turismo, 2022, p. 142).

Lado B: Dividido en cuatro secciones

- Sección 1: En la parte superior, de color blanco donde se colocará la marca país a color y la ruta del ser el caso.
- Sección 2: Elemento fotográfico del atractivo o que tenga relación con el mismo.
- Sección 3: Esta sección podrá tener tres tipos de variaciones gráficas, en primer lugar, se podrá incluir leyendas cortas o descripción del atractivo con un máximo de 80 palabras, también se podrá utilizar este espacio para colocar un mapa de los principales atractivos del destino y finalmente en este espacio se podrá colocar pictogramas que reflejen los sitios de interés y los servicios turísticos complementarios.
- Sección 4: De igual forma como el lado A se ubicará en la parte inferior, la marca del destino a color y acompañado del logo de la entidad ejecutora y/o inversores del proyecto (Ministerio de Turismo, 2022, p. 143).

Figura 39

Ejemplo tótem de atractivo



C. Diseño de un nuevo producto turístico

Una de las principales razones para el declive del turismo en la parroquia de Salinas es el cierre de la empresa Ferrocarriles del Ecuador. Cabe recalcar que en la parroquia el producto estrella era el tren y por medio de este Salinas se consolidaba como destino, con la terminación del mismo la localidad se encuentra sin un producto que les permita gestionar la actividad.

Sin un producto armado Salinas ha reducido sus visitas de forma significativa, además no ha podido posicionarse ni llegar alianzas comerciales. Por este motivo es vital la creación de un nuevo producto turístico estrella.

Con este fin se toman como punto de partida los atractivos y emprendimientos existentes en la parroquia y mediante la aplicación de la metodología “design thinking”, se pretende crear un producto generando empatía, trabajo en equipo con cada uno de los involucrados en la actividad turística y un enfoque lúdico e interactivo. Para ello se plantea el desarrollo de una ruta turística.

Diseño de la ruta

Basados en la investigación de campo se pudo deducir que el enfoque del turismo en Salinas debe estar reflejado hacia la cultura, además la encuesta realizada a turistas refleja su interés por la actividad de la producción de la sal. Por tal motivo se toma como eje central de la ruta la sal, que es uno de los principales productos de la parroquia a nivel cultural.

La producción artesanal de la sal será el centro del recorrido, sin embargo, también formarán parte de este proyecto las fincas agroturísticas en las cuales se podrá conocer además de sus actividades de turismo, la producción de la caña de azúcar uno de los principales productos agrícolas de la zona, por este motivo la ruta tomará el nombre de “Salinas de sal y azúcar”

Figura 40

Mapa de ubicación de los principales atractivos turísticos de Salinas



Descripción de la ruta

La ruta está compuesta por los atractivos naturales y culturales de la parroquia, sumados a las fincas de agroturismo.

Tabla 29

Descripción de la ruta

LÍNEA DE PRODUCTO	ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
Cultural	Museo de Sal	<ul style="list-style-type: none"> - Visita al museo interactivo - Taller de producción de Sal
Cultural	Sala Etnográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Historia del pueblo afroecuatoriano y comunidad de Salinas
Recreativo y cultural	Bombódromo Palenque	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de danza y música bomba - Taller de peinados típicos - Área recreacional: Piscina, sauna, turco, pista de motos, tarabita, paseo en botes.
Natural	Tolas de Sal	<ul style="list-style-type: none"> - Historia de las tolas de sal - Caminata - Fotografía
Religioso	Iglesia matriz	<ul style="list-style-type: none"> - Visita a la iglesia - Leyenda de la virgen de Las Lajas
Artesanal	Plaza artesanal	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de elaboración de artesanías - Compra de artesanías
Recreativo	Parques y plazas	<ul style="list-style-type: none"> - Visita a los distintos parques y plazas con guianza de su historia
Agroturismo	Puyaburo	<ul style="list-style-type: none"> - Producción de aguacate - Producción de caña de azúcar - Crianza de borregos africanos
Agroturismo	El Guayabo	<ul style="list-style-type: none"> - Recorrido por la finca con árboles frutales - Artesanías en cerámica
Agroturismo	Campo Alegre	<ul style="list-style-type: none"> - Pesca deportiva - Pista de motos y cuadrones - Producción de caña de azúcar

Diseño de paquetes turístico

Con los atractivos antes mencionados se procede a la creación de paquetes turísticos que pueden ser comercializados al segmento de mercado que se destina principalmente a grupos de familias tomando en cuenta una permanencia de uno o dos días.

Paquete turístico 1

Tabla 30

Paquete turístico 1

CENTRO DE OPERACIONES: ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PALENQUE		
Itinerario		
Día	Hora	Actividad
Día 1	07:00	Chequeo y salida de la ciudad de Ibarra
	08:00	Llegada a Salinas – Presentación de grupo de Danza
	08:45	Desayuno típico
	10:00	Visita a la Sala Etnográfica nuestros ancestros
	10:45	Visita al museo de sal: Recorrido en el museo Taller de producción de sal
	12:30	Almuerzo
	14:00	Recorrido a las tolas de sal
	15:30	Ingreso al Bombódromo Palenque – Tiempo libre para actividades recreativas
	17:30	Salida a la ciudad de Ibarra
	18:45	Llegada a Ibarra – Fin del Tour
Que llevar	Documentos personales Protector solar, gorra para el sol, gafas Cámara fotográfica	
Norma de comportamiento	No arrojar basura No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales	
Incluye	Transporte Alimentación Guía local Ingreso a todas las visitas programadas Recuerdo conmemorativo	
No incluye	Comidas ni bebidas extras. Gastos personales o propinas. Artesanías adicionales	
Precio	\$25,00 por persona	

Paquete turístico 2

Tabla 31

Paquete turístico 2

CENTRO DE OPERACIONES: ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PALENQUE		
Itinerario		
Día	Hora	Actividad
Día 1	07:00	Chequeo y salida de la ciudad de Ibarra
	08:00	Llegada a Salinas – Presentación de grupo de Danza
	08:45	Desayuno típico
	10:00	Visita a la Sala Etnográfica nuestros ancestros
	10:45	Visita al museo de sal: Recorrido en el museo Taller de producción de sal
	12:30	Almuerzo
	14:00	Recorrido a las tolas de sal
	15:30	Recorrido por la parroquia - Iglesia matriz - Parques y plazas - Murales
	17:00	Visita a la plaza artesanal
	17:30	Taller de danza, música o peinados típicos (a elección)
	19:00	Merienda
	20:00	Hospedaje en el centro comunitario Palenque
Día 2	08:00	Desayuno
	09:00	Visita a finca agroturística a elección - Campo Alegre - Puyaburo - El Guayabo
	13:30	Almuerzo
	15:00	Ingreso al Bombódromo Palenque – Tiempo libre para actividades recreativas
	17:30	Salida a la ciudad de Ibarra
	18:45	Llegada a Ibarra – Fin del Tour
Que llevar	Documentos personales Protector solar, gorra para el sol, gafas, Cámara fotográfica	
Norma de comportamiento	No arrojar basura No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales	
Incluye	Transporte - Alimentación - Hospedaje en el centro comunitario Ingreso a todas las visitas programadas - Guía local Recuerdo conmemorativo	
No incluye	Comidas ni bebidas extras. Gastos personales o propinas. Artesanías adicionales	
Precio	\$55,00 por persona	

5.2.4.3.EJE ESTRATÉGICO 3. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

Para cumplir con el eje estratégico tres que pretende la comercialización y promoción del destino se plantean tres estrategias a llevar a cabo.

Figura 41

Objetivos eje estratégico 3



A. Designación de una marca turística

Salinas en el año 2011 mediante del asesoramiento de la empresa Methodus Studio construye una logotipo que en ese entonces se establece como logo del GAD Parroquial, este se mantiene y se da a conocer como una representación de las características del destino que representan la marca turística hasta el año 2019 que existe el cambio de autoridades en la parroquia lo que provoca un cambio de logo.

Figura 42

Logotipo – Salinas 2011 - 2019



Fuente: (Methodus Studio, 2011)

Las características que se destacan en la parroquia y por lo cual se representan como la marca del destino y son integradas en el isotipo son principalmente:

- Un hombre afroecuatoriano que representa la población de la parroquia, mismo que se encuentra elaborando la sal, que en la actualidad es uno de los principales recursos turísticos del destino junto a una pipa de sal que es parte fundamental de este proceso.
- El tren que se denomina “tren de la libertad” por su importancia en el desarrollo comercial y económico de la parroquia en años atrás, si bien es un recurso que actualmente no se encuentra en funcionamiento es un elemento de alto impacto cultural.
- La caña de azúcar, que es el principal producto agrícola de la parroquia y fuente de ingresos de las familias salinenses.
- Los campos cultivados que representan la riqueza agrónoma de la parroquia.
- Un sol resplandeciente que simboliza los hermosos paisajes y el clima privilegiado de Salinas.

Por su parte el logotipo que es parte importante de la marca promueve el eslogan “Salinas de sal y azúcar”, que manifiesta dos de las características más importantes de la parroquia. En primer lugar, la ancestral actividad de la extracción de la sal y en segundo el producto agrícola con mayor cultivo a nivel local y fuente de la economía interna, la caña de azúcar.

Los elementos que constan dentro de la marca son idóneos para ser recordados con facilidad, tienen un gran potencial de presencia de marca y además promueven los

elementos culturales y naturales más importantes del destino por lo cual se plantea que se la designe como marca turística de Salinas.

Cabe mencionar que durante los ocho años que estuvo en uso ya se encontraba posicionada en el mercado por lo que es importante que se retome con este proceso logrado años atrás. Por su parte la encuesta realizada a turistas de la parroquia evidencia que esta marca promueve las características y es considerada como un elemento idóneo para la promoción del destino.

B. Alianzas con tour operadoras

En Salinas la mayor fuente de turismo era la empresa de ferrocarriles mediante el recorrido en tren, con el cierre de la misma el flujo de turistas decayó. Es por ello que se debe buscar nuevos mecanismos para la comercialización del destino.

Uno de los mejores mecanismos que permitirán a Salinas incrementar su flujo de turismo es realizar alianzas con operadoras de turismo. Mediante una entrevista realizada a tres empresas que años anteriores ofertaban a la parroquia, se identificó que estarían dispuestas a participar en un nuevo modelo turístico. Es por ello que se plantea realizar alianzas con las siguientes:

- Kleintours - Quito
- Equinoccial Adventure - Quito
- Intipungo – Ibarra

Si bien las operadoras anteriormente mencionadas durante el proceso de investigación resaltaron la intención de participar en la comercialización de Salinas como destino, es importante tener en cuenta que al encontrarse en desarrollo se deben plantear estrategias con empresas que se encuentren en un ámbito más cercano y acorde al destino. Es por ello que se pretende acercamientos a:

- JATARI Travel – Ibarra
- Mochileando – Ibarra
- EcoSierra – Ibarra
- Pasaporte – Ibarra

Se plantean tácticas y metas a ser alcanzadas por estas alianzas con el objetivo de incrementar la participación en el mercado de la parroquia Salinas como destino turístico. El responsable local de la ejecución y control de esta actividad será la organización comunitaria Bombódromo Palenque.

Tabla 32

Tácticas y metas para las alianzas estratégicas con operadoras turísticas

Táctica	Actividad	Meta	Indicador
Incrementar la promoción y la venta en línea de paquetes turísticos de la parroquia Salinas.	Promoción y venta de paquetes turísticos mediante páginas web de las operadoras de turismo	Vender paquetes turísticos en línea por medio de las operadoras	Incremento en ventas en línea

<p>Desarrollar campaña publicitaria del destino mediante redes sociales.</p>	<p>Incrementar la publicidad en redes sociales oficiales del destino mismas que serán promocionadas por las operadoras de turismo</p>	<p>Posicionamiento de marca Incremento de número de seguidores</p>	<p>Número de seguidores en redes sociales</p>
<p>Administrar la fuerza de ventas</p>	<p>Establecer un monto mínimo de paquetes a ser vendidos tomando en cuenta las condiciones de sustentabilidad del destino.</p>	<p>Cumplir con las ventas necesarias para cubrir los costos y generar utilidad en el destino.</p>	<p>Índice de paquetes turísticos vendidos cada mes</p>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación que tuvo como objetivo diseñar estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia Salinas, se plantean las siguientes conclusiones:

- Se diagnosticó la situación actual de la actividad turística en Santa Catalina de Salinas, encontrando un declive significativo que conllevó el cierre de más de la mitad de los emprendimientos y el deterioro de la mayor parte de los atractivos turísticos, debido principalmente a la pandemia del COVID-19, el cierre de la empresa Ferrocarriles del Ecuador y a la mala administración parroquial.
- Se caracterizaron los atractivos y emprendimientos con potencialidades para el desarrollo del turismo sustentable en la parroquia de Salinas encontrando 12 atractivos y 23 emprendimientos que cumplen con las características necesarias para la ejecución de un modelo turístico en el destino.
- Se establecieron estrategias de turismo sustentable que promuevan la reactivación económica y sociocultural de la parroquia de Salinas, consolidadas mediante un plan estratégico diseñado con tres ejes: la organización administrativa del destino; su diseño integral mediante la actualización del catastro de emprendimientos, adecuación de atractivos turísticos y desarrollo de un nuevo producto turístico; y la comercialización y promoción a través de una marca turística y de alianzas estratégicas con tour operadoras.

6.2. RECOMENDACIONES

En función de las conclusiones planteadas se establecen las siguientes recomendaciones:

- Implementar el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sustentable para la Reactivación Económica y Socio Cultural de la Parroquia Santa Catalina De Salinas – Ibarra – Imbabura, diseñado como propuesta de la presente investigación, debido a que presentan características viables y confiables para su correcto funcionamiento.
- Trabajar de forma articulada entre instituciones públicas, privadas y comunitarias con el fin de fortalecer la gestión de la parroquia Salinas como destino turístico y llevar a cabo el presente Plan Estratégico.
- Modificar o mejorar los componentes del Plan Estratégico con el fin de que se adapte a la realidad cambiante del destino en función de optimizar los servicios turísticos de la parroquia.
- Realizar una propuesta integral de turismo comunitario para la parroquia Salinas con el fin de cumplir con los estándares necesarios para ser reconocido como Centro de Turismo Comunitario por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias , J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa:
ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Bernal , C. A. (2016). *Metodología de la investigación: Cuarta edición*. Colombia:
Pearson.
- Bonilla Sánchez, R. (2015). *Estudio situacional del desarrollo turístico de la parroquia
Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra para proponer mejoras en la oferta
turística local*. Ibarra.
- CARE. (2014). *Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarios de Ecuador*.
Quito.
- Chiriboga Barba, D. F., Ayala Castro R, H., Patiño Cabrera, D. M., Tapia, F. C., &
Chiriboga Barba, T. C. (05 de agosto de 2018). Estrategias de dinamización
turístico cultural: caso de estudio Santiago de Píllaro. *Siembra*, págs. 1 - 21.
- CHONTASI, D., OCAÑA, W., GONZÁLEZ, A., MONTÚFAR, S., & LÓPEZ
ALBUJA, L. (Junio de 2021). TURISMO EN CRISIS O LA CRISIS DEL
TURISMO: EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS GUÍAS DE TURISMO
DE LATINOAMÉRICA. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*,
págs. 242-260.
- Cruz Garcia, L. (2014). *Metodología de la investigación* . Colima.
- Gonzaga , L., & Luna, M. (2019). *Patrimonio cultural inmaterial del pueblo
afroecuatoriano de las parroquias rurales del cantón Ibarra - Imbabura*. Ibarra:
Universidad Técnica del Norte.

- Hernández Guerrero , J. A., & García Tejera, M. D. (2017). *El arte de comunicar*. Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Instituto nacional de estadísticas y censos INEC. (2006). *La población indígena en el Ecuador: Análisis de estadísticas socio - demográficas*. Quito: Talleres Gráficos del INEC.
- Korstanje, M. E. (Septiembre de 2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas, Vol. 4*, 179-196. Obtenido de <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>
- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- López, D. (12 de septiembre de 2019). *ECO TRENDIES* . Obtenido de <https://ecotrendies.com/las-caracteristicas-del-turismo-sostenible.html>
- Maldonado, A. (2015). *Sistema de atriculacuión y aplicación de estandares de calidad de los emprendimeintos turisticosde la parroquia Santa Catalina de Salina, e implementación de redes de turismo comunitario a nivel nacional*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Methodus Studio . (2011). *Manual de marca*. Ibarra: Dirección de turismo Municipio de Ibarra .
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2020). *TURISMO EN CIFRAS*. QUITO.
- OMT. (18 de enero de 2022). *EL TURISMO CRECE UN 4% EN 2021, MUY POR DEBAJO AÚN DE LOS NIVELES PREPANDÉMICOS*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>

- Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. San Francisco: ONU.
- Organización Mundial de Turismo. (2004). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de Turismo de la OMT*. Madrid : OMT. Obtenido de <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Proaño, G., López, C., & Chérrez, R. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *FIPCAEC*, 29-39.
- Robayo, M. (2020). *La gestión turística como elemento para el desarrollo del turismo comunitario* . Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Suntaxi, W. (2019). *Plan de reactivación turística cultural para la Ciudad de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha*. Quito: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADO.
- Tamara, O., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *nternational Journal of Morphology*, 35.
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, K., & Merlo, M. (2019). *Investigación cualitativa epistemeología, métodos cualitativos, ejemplos practicos, entrevistas en profundidad* . Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Turismo Rural Internet S.L. (05 de enero de 2022). *El 'boom' del turismo rural y todas sus modalidades para este 2022*. Obtenido de <https://turismorural.com/turismo-rural-modalidades-2022>

UN World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). “*Our Common Future*”. Oxford : Oxford University Press.

Unidas, O. d. (30 de junio de 2021). *El impacto del COVID-19 en el turismo costará cuatro billones de dólares a la economía mundial*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2021/06/1493872>

Valverde, R. (2017). *Plan de promoción para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016*. Chiclayo- Perú: Universidad privada Juan Mejía.

Vera, I. (28 de febrero de 2018). *Entorno Turístico* . Obtenido de Turismo en la economía de Ecuador: <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20importante,Mundial%20de%20Viajes%20y%20Turismo.>

Yépez Trujillo , A. (2019). *Estudio de la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia Imbabura*. Ibarra.

SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

Alimentos y bebidas () Zona para camping () Guianza () Hospedaje ()

ESTADO DE CONSERVACIÓN

ASPECTO ESTRUCTURAL	ASPECTO AMBIENTAL	ASPECTO CULTURAL

NECESIDADES IDENTIFICADAS

Accesibilidad: _____

Comercialización: _____

Infraestructura: _____

Servicio al cliente: _____

Mantenimiento: _____

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

1. _____

2. _____

3. _____

FOTOGRAFÍA

--

Anexo B. Encuesta para emprendimientos de turismo



Facultad de
Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS ENCUESTAS PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO:	FICHA N°
----------------------------	----------

UBICACIÓN

Provincia: _____ Cantón: _____ Parroquia: _____

Dirección: _____

CONTACTO

Propietario / Responsable: _____ Teléfono: _____

Sitio web: _____ Correo: _____

TIPO DE EMPRENDIMIENTO

Hospedaje () Alimentos y bebidas () Recreativo () Centro Nocturno ()

Danza () Música () Información ancestral () Guianza turística ()

Otros: _____

En qué año inició a funcionar su emprendimiento: _____

ESTADO ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO

Funciona con normalidad () Funciona parcialmente () Cerrado ()

* Si su respuesta anterior fue **Funciona con normalidad**. Si se implementaría un modelo de turismo en la parroquia estaría dispuesto a que su establecimiento sea partícipe

* Si su respuesta anterior fue **Funciona parcialmente**. En qué porcentaje de uso se encuentra. Cuál es el motivo, si se implementaría un modelo de turismo en la parroquia estaría dispuesto a que su establecimiento sea partícipe

* Si su respuesta anterior fue **Cerrado**. Cuál es el motivo y en caso de implementar un modelo de turismo en la parroquia estaría dispuesto a ser parte y reabrir su emprendimiento.

INCONVENIENTES DEL ESTABLECIMIENTO

Económicos: SI NO

Estructurales: SI NO

Atención al cliente: SI NO

Organización: SI NO

Otros: _____

INSTITUCIONES QUE AYUDAN A SU EMPRENDIMIENTO

GAD Parroquial Salinas () GAD Cantonal Ibarra () Prefectura de Imbabura ()

Otros:

Con qué tipo de recursos le ayudaron: Económicos () Materiales () Tecnológicos () Humanos ()

Hace que tiempo recibió la ayuda: _____

MERCADO - A QUIEN VENDE O VENDÍA SUS PRODUCTOS

Turistas () Pobladores de Salinas () Intermediarios ()

Otros:

CAPACITACIÓN-SE HAN CAPACITADO LOS INTEGRANTES DEL EMPRENDIMIENTO

SI () NO ()

Temas:

Hace que tiempo fue la última capacitación recibida: _____

ESTARÍA DE ACUERDO CON LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL EN SU ESTABLECIMIENTO

CALIDAD	Totalmente de acuerdo ()	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Totalmente de acuerdo ()
	Ni acuerdo ni desacuerdo ()		Ni acuerdo ni desacuerdo ()
	Totalmente desacuerdo ()		Totalmente desacuerdo ()

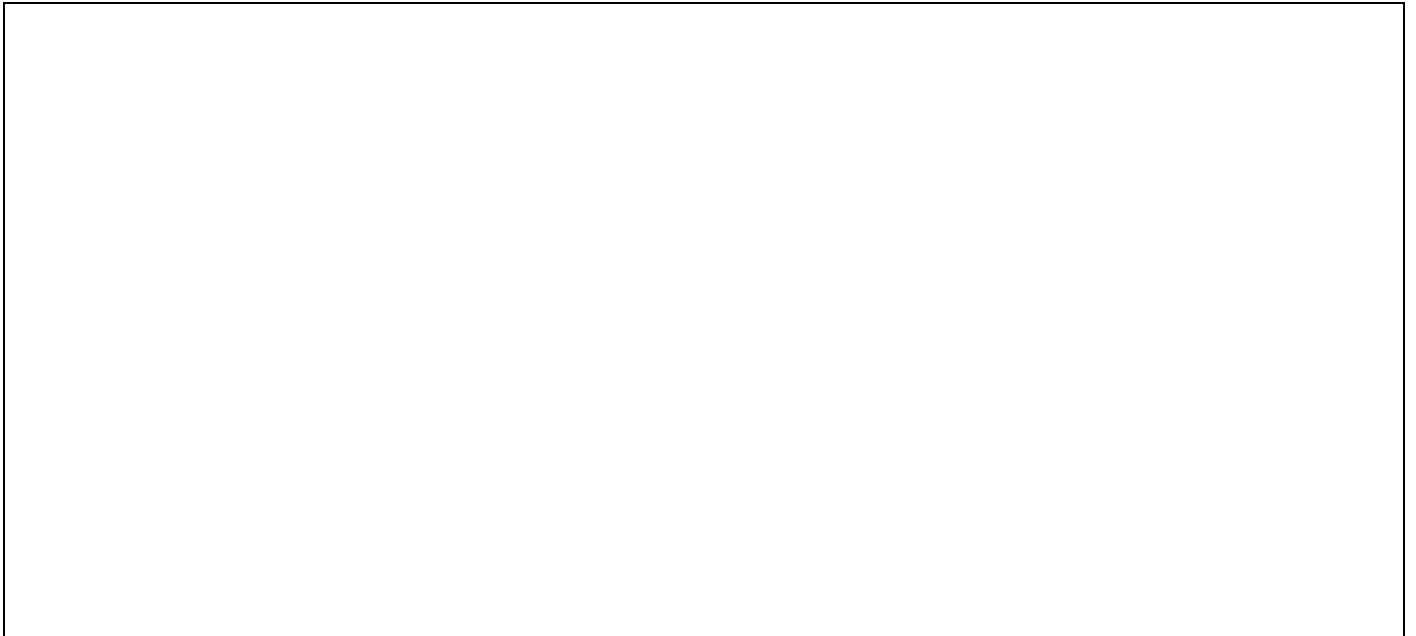
ESTARÍA DE ACUERDO QUE SU EMPRENDIMIENTO FORME PARTE DE UN PAQUETE TURÍSTICO

Totalmente de acuerdo ()
Ni acuerdo ni desacuerdo ()
Totalmente desacuerdo ()

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

1. _____
2. _____
3. _____

FOTOGRAFÍA



Anexo C. Encuesta para turistas



Facultad de
Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

ENCUESTA PARA TURISTAS

DATOS INFORMATIVOS DEL ENCUESTADO

1. GÉNERO	Masculino ()
	Femenino ()
	Otro ()

2. RANGO DE EDAD	Menos de 18 años ()
	18 a 24 años ()
	25 a 34 años ()
	35 a 44 años ()
	45 a 64 años ()
	Más de 64 años ()

3. MOTIVACIÓN DE VIAJE

A continuación, se presenta una serie de atributos que pueden motivar su visita la Parroquia de Salinas. Valore de acuerdo a como podrían influir en su decisión, siendo 1 “poco importante” y 5 “muy importante”

Contacto con la naturaleza	1	2	3	4	5
Convivencia con familia/amigos	1	2	3	4	5
Relajación y salud	1	2	3	4	5
Entretenimiento/Aventura	1	2	3	4	5
Atractivo cultural	1	2	3	4	5
Interacción social con habitantes	1	2	3	4	5
Gastronomía	1	2	3	4	5
Cercanía al destino	1	2	3	4	5
Precio	1	2	3	4	5
Sostenibilidad del modelo turístico	1	2	3	4	5

4. ¿CUÁL ES SU FORMA DE VIAJAR?

Por cuenta propia () Agencia de viajes () Capacitaciones profesionales ()

Otros: _____

¿CUÁNDO VIAJA NORMALMENTE LO HACE?

Solo () En pareja () Con Familia () Con Amigos ()

Otros: _____

5. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente durante un día de visita en la parroquia de Salinas.

6. ¿COMO SE INFORMÓ SOBRE LA PARROQUIA DE SALINAS?

Amigos () Familiares () Agencia de viajes () Radio o TV ()
Redes Sociales () Internet ()

Otros: _____

7. ¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO SALINAS?

No he visitado () Es la primera vez () Dos/Tres veces () Más de tres ()

Si su respuesta es que nunca ha visitado Salinas continúe a la pregunta 9

8. ¿Considera usted que la siguiente marca representa las características de la parroquia de Salinas y es adecuada para promocionar el destino?



9. CLASIFICACIÓN DEL DESTINO

A continuación, se presentó una serie de atributos para medir su grado de satisfacción con respecto a su visita y servicios ofrecidos, siendo 1 “poco satisfecho” y 5 “muy satisfecho”

Infraestructura	1	2	3	4	5
Atención al cliente	1	2	3	4	5
Higiene y limpieza de los establecimientos	1	2	3	4	5
Hospitalidad de los habitantes	1	2	3	4	5
Información y señalización de los atractivos	1	2	3	4	5
Servicios de alimentación	1	2	3	4	5
Servicios de hospedaje	1	2	3	4	5
Variedad de la oferta de actividades	1	2	3	4	5
Calidad de las actividades turísticas	1	2	3	4	5
Vías de acceso	1	2	3	4	5

10. ¿HA VISITADO EL MUSEO DE SAL DE SALINAS ?

SI () NO ()

11. De ser afirmativa su respuesta ¿Qué cambios, adecuaciones o complementos considera que se debe realizar dentro o fuera de este espacio?

Otros: _____

12. PRINCIPALES ATRACTIVOS CULTURALES Y NATURALES DE SALINAS

A continuación, se presenta una serie de atractivos de la Parroquia de Salinas. Valore según su interés de visita al destino, siendo 1 “poco importante” y 5 “muy importante”

Producción artesanal de sal	1	2	3	4	5
Bombódromo Palenque	1	2	3	4	5
Centro Cultural Nuestros Ancestros	1	2	3	4	5
Tolas de Sal	1	2	3	4	5
Iglesia y leyenda de la Virgen de Las Lajas	1	2	3	4	5
Gastronomía local	1	2	3	4	5
Estación del Ferrocarril de Salinas	1	2	3	4	5
Danza y Música Bomba	1	2	3	4	5
Rituales ancestrales	1	2	3	4	5
Eventos programados (fiesta, conciertos, etc)	1	2	3	4	5
Competencias deportivas	1	2	3	4	5

Anexo D. Cuestionario de entrevista a operadoras de turismo



Facultad de
Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

ENTREVISTA A OPERADORAS DE TURISMO QUE HAN TRABAJADO EN LA PARROQUIA DE SALINAS

CONTACTO

Nombre: _____

Cargo: _____

PREGUNTAS

1. Realiza actualmente actividades de turismo relacionadas con la parroquia de Salinas. De ser negativa su respuesta explique los motivos
2. Cuál considera usted es actualmente la mayor dificultad que presenta Salinas para el desarrollo del turismo
3. Desde su punto de vista que elementos naturales y/o culturales presentan un potencial significativo para el desarrollo del turismo
4. Si en Salinas se desarrollaría un producto turístico que permita la reactivación económica y sociocultural estaría dispuesto a comercializarlo.

**Anexo E. Cuestionario de entrevista para profesionales de turismo y autoridades
de la parroquia**



Facultad de
Posgrado

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

**ENTREVISTA A PROFESIONALES DEL TURISMO Y DIRIGENTES DE LA
PARROQUIA SALINAS**

CONTACTO

Nombre: _____
Cargo: _____

PREGUNTAS

1. Cuán importante considera usted es el turismo en la parroquia de Salinas
2. Considera usted que ha existido involucramiento por parte de las autoridades para el desarrollo del turismo a nivel local
3. Desde su punto de vista que elementos culturales de la parroquia presentan un potencial significativo para el desarrollo del turismo
4. Entre los atractivos naturales que presenta la parroquia de Salinas, cuáles concediera usted son los que tienen mayor relevancia para el desarrollo del turismo
5. Desde su punto de vista el turismo en Salinas debería tener un enfoque natural o cultural y cuáles serían sus elementos diferenciadores
6. Según su criterio, cuál ha sido el principal impedimento para el desarrollo del turismo en la parroquia
7. Desde su punto de vista cuáles serían las estrategias necesarias para la reactivación del turismo en Salinas
8. Considera usted que la creación de nuevos paquetes turísticos rescatando las potencialidades de la parroquia y las alianzas estrategias con tour operadoras sería una estrategia para lograr la reactivación económica y cultural en base al turismo sustentable en la parroquia